

Nachhaltigkeitsstrategie der Ferienregion Tschöggberg

Oktober 2024



Inhalt

1. Einleitung.....	3
2. Touristische Entwicklung.....	4
3. Methode	7
4. Strategie & Maßnahmen	7
5. Strategie der Destination	8
5.1 Nachhaltiges Management	8
5.2 Sozioökonomische Nachhaltigkeit.....	15
5.3 Kulturelle Nachhaltigkeit.....	18
5.4 Ökologische Nachhaltigkeit.....	19
6. Fazit	23

1. Einleitung

Der Tschöggberg steht vor der Herausforderung, seinen einzigartigen Charakter als Lebens- und Kulturraum zu bewahren und gleichzeitig Lösungen für die Weiterentwicklung des Tourismus zu finden, bei denen die Anpassung an eine sich verändernde und zu erhaltende Umwelt mit einer wirtschaftlichen und sozialen positiven Entwicklung in Einklang stehen. Diese Strategie soll Wege aufzeigen, wie der Tourismus die lokale Gemeinschaft und die Natur unterstützen kann, ohne ihre Integrität zu gefährden. Sie legt den Fokus auf die Menschen vor Ort und verfolgt das Ziel, den Tschöggberg als Vorbild für eine widerstandsfähige und zukunftsfähige Region zu etablieren.

Das Hochplateau Tschöggberg, das sich zwischen Meran und Bozen erstreckt, ist nicht nur ein Sehnsuchtsort für Natur- und Kulturbegeisterte, sondern vor allem ein Lebensraum mit tiefer regionaler Verwurzelung. Die Kulturlandschaft (z.B. die bekannten Lärchwiesen auf dem Salten) und die symbolträchtigen Haflinger Pferde prägen nicht nur das Landschaftsbild, sondern sind für viele Einheimische eng mit der eigenen Identität verbunden. Auch die wirtschaftliche Stabilität der Region ist maßgeblich von den kleinen Familienbetrieben abhängig, die diese Authentizität bewahren und zugleich innovative Konzepte für die Zukunft entwickeln.

Ziel dieser Strategie ist es, ein Gleichgewicht zwischen Umwelt, sozialem Wohl und wirtschaftlicher Tragfähigkeit herzustellen und damit den Lebensraum Tschöggberg zu schützen und zu fördern. Unter Berücksichtigung internationaler Nachhaltigkeitsstandards wie der GSTC-Zertifizierung wird die Region als Vorreiter eines sanften und respektvollen Tourismusmodells positioniert, das sich bewusst von rein besucherorientierten Konzepten abhebt und auf die langfristigen Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung und ihrer Lebensgrundlagen ausgerichtet ist.

Zusammenfassend kann gesagt werden: diese Strategie beabsichtigt nicht nur, nachhaltigen Tourismus zu fördern, sondern eine gemeinsame Vision zu etablieren, in der bewusste Entscheidungen und gemeinsame Werte die Basis für eine florierende und lebendige Zukunft bilden.

2. Touristische Entwicklung

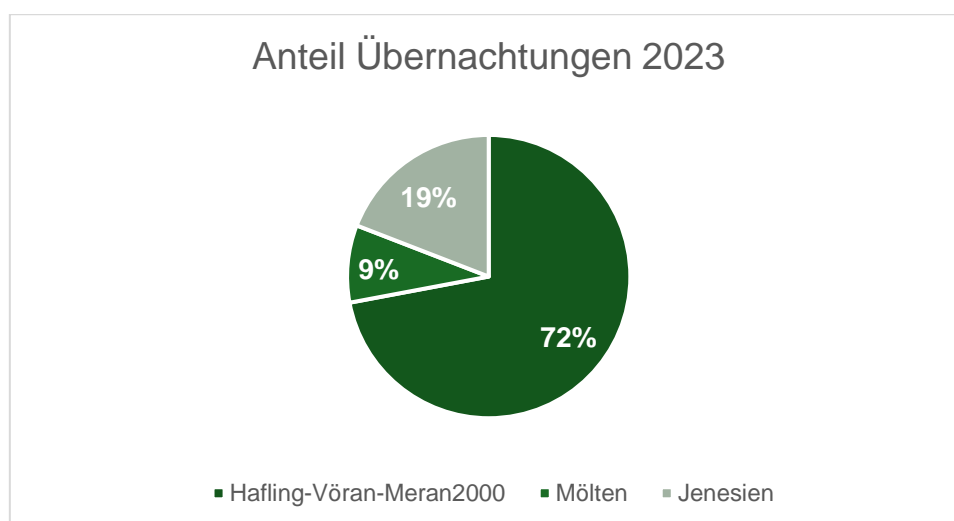
In der Ferienregion Tschöggberg spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle, was auch durch die statistischen Auswertungen belegt wird. Allerdings zeigt sich ein unterschiedliches Bild in den vier Gemeinden: Während Hafling-Meran 2000 sehr viele Besucher verzeichnet, sind die Besucherzahlen in Jenesien, Mölten und Vöran vergleichsweise geringer.

Das touristische Angebot ist breit gefächert und legt einen besonderen Fokus auf Naturerlebnisse und Bergsport. Im Winter sind vor allem sanfte Aktivitäten wie Winterwanderungen sowie Skifahren, Langlaufen und Schneeschuhwandern im Angebot. Im Sommer dominieren Wandern, (E-)Mountainbiken und Reiten. Die Region bietet dabei eine Vielzahl unterschiedlicher Unterkunftsmöglichkeiten, die von kleinen familiengeführten Betrieben bis hin zu größeren Hotelanlagen reichen. Die meisten größeren Hotels und Betriebe konzentrieren sich auf das Gebiet Hafling-Vöran-Meran 2000.

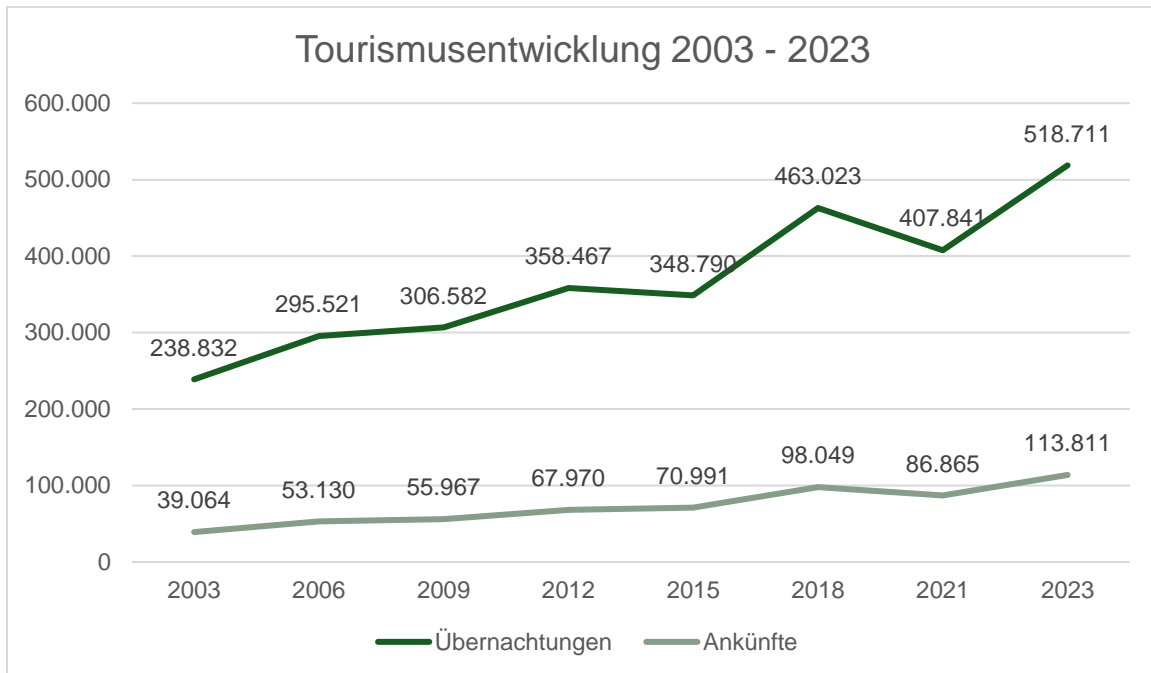
Wie in Grafik 2 dargestellt, steigen die Übernachtungszahlen in der Region seit zwei Jahrzehnten kontinuierlich an und haben inzwischen das Niveau vor der Corona-Pandemie überholt. Neben Übernachtungsgästen besuchen auch zahlreiche Tagestouristen aus den umliegenden Städten Meran und Bozen die Region. Da für diese Besuchergruppen jedoch keine genauen Daten vorliegen, konnten sie in diesem Bericht nicht berücksichtigt werden.

Grafik 1 zeigt die Verteilung der Übernachtungen innerhalb der drei Tourismusorganisationen der Region Tschöggberg. So entfallen 72 % der Übernachtungen auf den Raum Hafling-Vöran-Meran 2000, 19 % auf Jenesien und 9 % auf Mölten. Diese Zahlen verdeutlichen, dass das Gebiet Hafling-Vöran-Meran 2000, durch seine größeren Unterkünfte, durch das Skigebiet und der Nähe zu Meran, den Großteil des touristischen Geschehens und der touristischen Wertschöpfung am Tschöggberg auf sich vereint.

	Jahr 2023	Winter 2022/2023	Sommer 2023
Betriebe	190	187	188
Betten	3187	3087	3157
Ankünfte	113.811	43.052	69.747
Übernachtungen	518.711	174.794	342.943
Aufenthaltsdauer	4,56	4,00	4,73

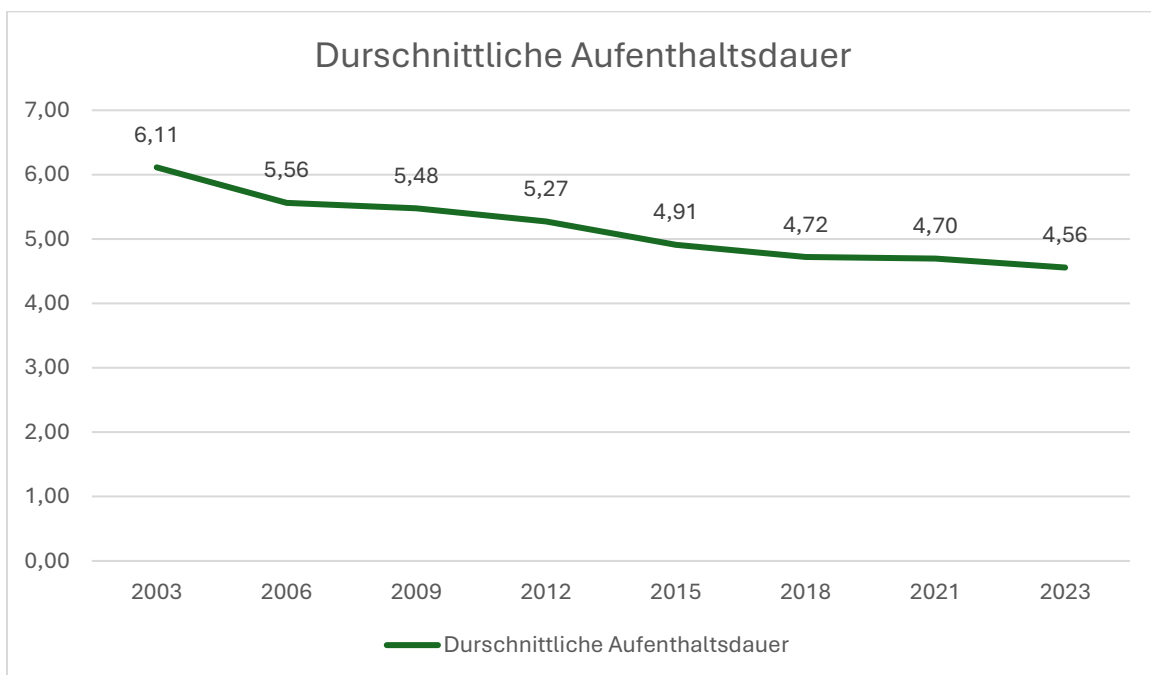


Grafik 1: Anteil der Übernachtungen in 2023



Grafik 2: Tourismusentwicklung 2003 - 2023

In Grafik 2 sehen wir den allgemeinen Trend hin zu kürzeren Aufenthalten auch in der Ferienregion Tschöggberg. Die Aufenthaltsdauer von 4,56 Nächten stellt trotzdem einen sehr guten Wert da, welcher über dem Südtiroler Durchschnitt liegt (4,3 Nächte).



Grafik 3: Entwicklung der Aufenthaltsdauer 2003 - 2023



Grafik 4: Entwicklung der Tourismusintensität 2003 - 2023

Die Tourismusintensität einer Region wird als Verhältnis der Übernachtungen und Ankünfte zur Einwohnerzahl berechnet. Dieser Wert gibt Aufschluss über den Belastungsgrad der einheimischen Bevölkerung durch den Tourismus und stellt einen wichtigen Indikator für die GSTC- und Südtirol-Label-Zertifizierung dar. Entsprechend wurde die Tourismusintensität auch in diesem Bericht berücksichtigt.

In den letzten Jahren ist die Tourismusintensität kontinuierlich gestiegen, bewegt sich jedoch weiterhin im Durchschnitt von Südtirol. Bei den Workshops mit Stakeholdern und in Bürgerbefragungen wurde die aktuelle Tourismusintensität überwiegend als unproblematisch wahrgenommen. Lediglich in bestimmten stark frequentierten Bereichen, wie dem Knottnkino und dem Salten, wird besonders der Tagestourismus teilweise als belastend empfunden. Es ist der Wunsch der Beteiligten, das aktuelle Niveau stabil zu halten und exponentielles Wachstum zu vermeiden.

Gegenwärtig kommen auf jede:n Einwohner:in 79,31 Übernachtungen, womit die Region geringfügig über dem Südtiroler Durchschnitt von 69,77 im Jahr 2023 liegt. Weiterhin entfielen 17,4 übernachtende Touristen auf jede:n Einwohner:in (Südtirol-Durchschnitt 2023: 16,14). Wenn man die Gemeinden jedoch einzeln betrachtet, ergibt sich ein differenziertes Bild: Hafling kommt auf 414 Übernachtungen pro Einwohner:in, gefolgt von Vöran mit 43,79, Jenesien mit 32,90, und Mölten mit 26,43 Übernachtungen pro Einwohner:in.

Obwohl die Tourismusintensität der Region insgesamt im landesweiten Durchschnitt liegt, bestehen erhebliche Unterschiede zwischen den Gemeinden. In den kommenden Jahren sollte daher verstärkt darauf geachtet werden, die wirtschaftliche Wertschöpfung einerseits und die Belastung von Umwelt und lokaler Bevölkerung andererseits besser zu verteilen, um für alle Beteiligten einen nachhaltigen Ausgleich zu schaffen.

3. Methode

Die Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Kriterien wurden erstellt, um ein weltweites Verständnis von "nachhaltigem Tourismus" aufzubauen. Sie wurden 2008 erarbeitet und gelten mittlerweile als weltweit führende Zertifizierung für Destinationen.

Die 4 Hauptthemen sind effektive nachhaltige Tourismusplanung, Maximierung von sozialem und ökonomischem Nutzen für die lokale Bevölkerung, Förderung von kulturellem Vermächtnis und Reduzierung der negativen Einflüsse auf die Umwelt. Sie sind auf die gesamte Tourismusindustrie übertragbar.



A Sustainable management:

- a. Management structure and framework
- b. Stakeholder engagement
- c. Managing pressure and change

C Cultural sustainability:

- a. Protecting cultural heritage
- b. Visiting cultural sites

B Socio-economic sustainability:

- a. Delivering local economic benefits
- b. Social wellbeing and impacts

D Environmental sustainability:

- a. Conservation of natural heritage
- b. Resource management
- c. Management of waste and emissions

In Anlehnung an die Destinationskriterien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) hat IDM gemeinsam mit verschiedenen Interessensgruppen und Akteuren aus Südtirol spezifische Indikatoren entwickelt, die eine Messung und Bewertung der Nachhaltigkeit des Tourismus in der Region ermöglichen. Auf dieser Grundlage wurde das Südtirol-Label geschaffen, welches als ein Qualitätssiegel für nachhaltigen Tourismus steht und parallel zum GSTC-Audit durchgeführt wird.

4. Strategie & Maßnahmen

Die vorliegende Strategie bildet das Fundament für eine nachhaltige touristische Entwicklung der Destination in den kommenden Jahren. Die darin enthaltenen Maßnahmen wurden in drei Stakeholder-Workshops (einer pro Tourismusorganisation) gemeinsam erarbeitet und anschließend in enger Zusammenarbeit mit der Nachhaltigkeitsbeauftragten sowie der Arbeitsgruppe weiterentwickelt. Ziel dieser umfassenden Vorgehensweise ist es, sowohl ökologische als auch wirtschaftliche und soziale Aspekte des Tourismus langfristig zu fördern.

Die erarbeiteten Maßnahmen wurden in einem Maßnahmenkatalog zusammengefasst und in die vier GSTC-Säulen eingegliedert: Nachhaltiges Management, sozioökonomische Nachhaltigkeit, kulturelle Nachhaltigkeit und ökologische Nachhaltigkeit. Innerhalb dieser

Säulen wurden die Maßnahmen spezifischen Unterthemen zugeordnet und entsprechend ihrer Priorität sowie des geplanten Umsetzungszeitraums klassifiziert. Die Prioritäten reichen von A (höchste) bis C (niedrigste). Der Umsetzungszeitraum ist in K (kurzfristig, bis Winter 2025), M (mittelfristig, 2025-2027), L (langfristig, ab 2027) und „laufend“ für kontinuierliche Maßnahmen unterteilt.

Die Maßnahmen dürfen dabei nicht nur einzeln betrachtet werden, sondern es gibt auch immer Synergien zwischen einzelnen Themenfeldern und den jeweiligen Maßnahmen. Eine Zusammenarbeit mit allen örtlichen Trägern ist immens wichtig. Daher wurden in der Spalte „Zuständigkeit“ auch mögliche Partner verortet.

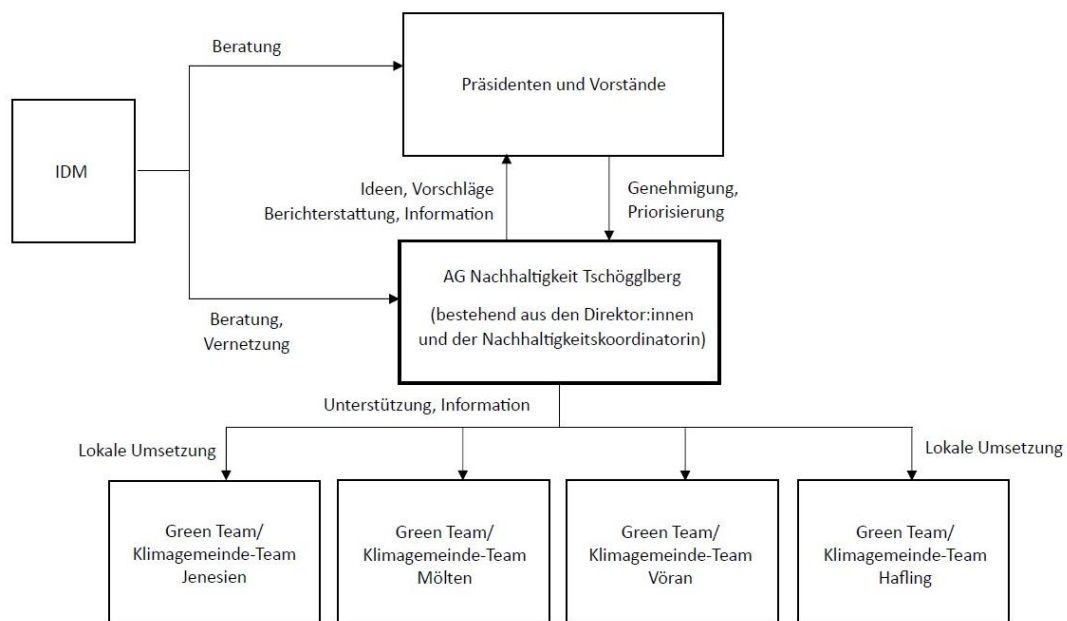
Die Nachhaltigkeitsstrategie stellt Destinationsmaßnahmen als übergeordnete Handlungsfelder dar, während jede Tourismusorganisation der Region zusätzlich einen eigenen, spezifischen Maßnahmenkatalog erarbeitet hat.

5. Strategie der Destination

5.1 Nachhaltiges Management

Nachhaltiges Management bildet die Grundlage für eine zukunftsorientierte Entwicklung der Destination und ist daher von zentraler Bedeutung. Im Rahmen der Erst-Zertifizierung und des professionellen Aufbaus des Nachhaltigkeitsbereichs ist es essenziell, ein solides Fundament zu schaffen. Dafür wurde Martha Pircher als Nachhaltigkeitsbeauftragte ernannt, die die Umsetzung der entsprechenden Maßnahmen leitet. Sie wird dabei von lokalen Green Teams unterstützt, die sich aus Vertretern des Tourismus und der Zivilgesellschaft zusammensetzen. Diese Teams sind individuell auf die jeweilige Tourismusorganisation abgestimmt: In Jenesen übernimmt das eingespielte KlimaGemeinde-Team die Aufgaben des Green Teams, während in Hafling und Vöran die KlimaGemeinde-Teams beider Orte entweder gemeinsam agieren oder sich abwechselnd mit den tourismusrelevanten Themen befassen. In Mölten hingegen wird ein neues Team aufgebaut, das sich um die Umsetzung der Maßnahmen kümmert.

Die AG Nachhaltigkeit Tschöggberg, bestehend aus den Direktor:innen und der Nachhaltigkeitskoordinatorin, arbeitet dabei die Ideen und Vorschläge aus. Sie werden von den Präsidenten und Vorständen genehmigt und priorisiert und dann mit Hilfe der lokalen Green Teams umgesetzt.



Grafik 5: Verantwortliche und Prozesse

Durch gezielte Maßnahmen wie den Aufbau interner Ressourcen und die Integration eines holistischen Nachhaltigkeitskonzepts, wird ein strukturiertes Fundament für eine nachhaltige Destinationsentwicklung geschaffen. Die Einbeziehung eines umfassenden Monitoring-Systems und die Schulung der Tourismusorganisationen soll sicherstellen, dass die Umsetzung dieser Strategien nicht nur effizient, sondern auch kontinuierlich erfolgt.

Zusätzlich bildet ein starkes Commitment der Führungsverantwortlichen das Rückgrat dieser Bestrebungen, das sowohl die Sensibilisierung nach innen als auch die authentische Darstellung nach außen fördert. Mit einem klaren, authentischen Auftritt und einer offenen Kommunikation zu den Fortschritten soll ein einheitliches Bild der Nachhaltigkeit entstehen, das gleichermaßen Gäste und Einheimische anspricht.

Ein besonderes Augenmerk wird auf die Synergie mit den weiteren entstehenden Plänen, wie dem Gemeindeentwicklungsplan gelegt.

A. Nachhaltiges Management

Hauptziel	Maßnahme	Prio	Zeitraum	Beschreibung	Zuständigkeit
Nachhaltige Entscheidungen fördern Effiziente und kontinuierliche Umsetzung	Starkes Commitment seitens der Führung der Destination zur Nachhaltigkeit	A	K	<ul style="list-style-type: none"> • Entscheidung für GSTC-Zertifizierung • Budget bereitstellen für: Prozess, Nachhaltigkeitsbeauftragte und konkrete Maßnahmen, Fortbildungen und Schulungen • Verantwortung für Natur und Umwelt der Region bewusst übernehmen • Integration und Inklusion der wichtigen Entscheidungsträger: Strategie vorstellen und den einzelnen Vorständen präsentieren 	Tourismusorganisationen
	Interne Ressourcen aufbauen	A	K	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Nachhaltigkeitsbeauftragte wurde mit Martha Pircher schon gefunden. Sie ist Ansprechpartnerin für die Nachhaltigkeitsthemen und federführend für die Umsetzung der definierten Maßnahmen verantwortlich, sowie für die Kommunikation innerhalb der Destination und zu allen wichtigen Stakeholdern, wie z.B. der IDM. <p>Zur Unterstützung der Nachhaltigkeitsbeauftragten werden lokale Green Teams gegründet, welche Martha bei der Umsetzung und Weiterführung des Konzeptes unterstützen. Das Green Team trifft sich regelmäßig, angedacht ist 3x im Jahr. Einmal pro Jahr sollen alle lokalen Green Teams (Hafling-Vöran, Mölten und Jenesien) zusammenkommen.</p> <p>Ein Teams-Channel wird zur Koordinierung eröffnet.</p>	Tourismusorganisation, Green Teams, KlimaGemeinde

<p>Holistisches Nachhaltigkeitskonzept der Ferienregion Erlebbarkeit der Nachhaltigkeit</p>	<p>Unterstützung der Gastbetriebe für eine Nachhaltigkeitszertifizierung</p>	B	M	<ul style="list-style-type: none"> • Treffen und Austausch mit Gastbetrieben organisieren, bei der die Nachhaltigkeitslabels und Möglichkeiten vorgestellt werden • Pilotbetriebe mit Zertifizierung und Best-Practice-Beispiele aufzeigen • Betrieben alle nötigen Informationen zu den Zertifizierungen zukommen lassen und sie motivieren • Gebündelte Workshops abhalten, zusammenführen und begleiten • Destinationsweite Unterstützung bei CO2-Berechnungen z.B. durch ein Modell wie im Val Gardena 	<p>Tourismusorganisationen, IDM, HG, V,</p>
	<p>Synergie Gemeindeentwicklungsplan - GSTC Zertifizierung nutzen</p>	A	K	<p>Zeitgleich mit der Ausarbeitung der Strategie wird das Gemeindeentwicklungsprogramm des Tschöggbergs geschrieben. Um Synergien bestmöglich zu nutzen, sollten gemeinsame Ziele und Maßnahmen auch im Gemeindeentwicklungsprogramm festgeschrieben werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Treffen, um gemeinsame Handlungsfelder zu erörtern • Regelmäßiger Austausch • Einbindung in Green Teams und gemeinsame Events 	<p>Green Team, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Komitee GProRL</p>
<p>Besucherlenkung Sanften Tourismus fördern</p>	<p>Besucherlenkungskonzept</p>	B	M	<p>Der Tschöggberg besitzt einige Attraktionen, welche die Gäste, Tagestouristen und Einheimische sehr gerne besuchen. Dazu zählen das Knottnkino, Stoanerne Mandln und der Salten. Es gibt keine Probleme von Overtourism, aber trotzdem sollen Maßnahmen ergriffen werden, die Besucher zu lenken.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klare Regelungen und Hinweise, um die Konflikte zwischen Fahrradfahrenden, Wandernden und der Landwirtschaft zu minimieren • Sensibilisierung für die Anreise mit den ÖPNV und die Vermeidung vom Wildparken (u.a. auf Landwirtschaftlichen Flächen) • Spezifische Veranstaltungen an den Hotspots zum Aufklären und Sensibilisieren (Natur & Umwelt) • Aufzeigen von verschiedenen Anfahrtswegen auf den Salten 	<p>Gemeinde, Tourismusorganisationen</p>

Sensibilisierung nach außen Einheitliches, authentisches Bild fördern	Gemeinsame Kommunikationsstrategie/ Kontinuierliche Kommunikation zu den Fortschritten	A	M	<p>Der Tschöggberg besteht aus 3 Tourismusorganisationen, welche ein unterschiedliches Besucherprofil und Angebot haben. Aufgrund der GSTC-Zertifizierung und dem gemeinsamen Ziel der nachhaltigen Destination soll es aber eine gemeinsame Kommunikationsstrategie für gemeinsame Themen und zur Nachhaltigkeit geben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leadpartner der Destination und Person definieren • Geeignetes Medium, Themenfelder und Häufigkeit definieren • Kommunikationsplan aufstellen (m. Stakeholdern) 	Tourismusorganisationen, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Green Teams
	Nachhaltige Veranstaltungen fördern und etablieren	B	M	<p>Der Tschöggberg veranstaltet viele Events, welche alle Beteiligten sehr schätzen. Dabei gibt es auch schon erste Green Events. Um weitere Events nachhaltig zu veranstalten wird angedacht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsamen Spülmaschinenring auf dem Tschöggberg zu gründen, sodass Mehrweg-Geschirr benutzt werden kann und Müll drastisch reduziert wird • Organisation An- und Abreise durch Busse, um den Individualverkehr zu reduzieren • Ausbau nachhaltiger, umweltfördernder Elemente bei Events zur Sensibilisierung (z.B. vegetarisch/vegane Optionen zum Essen, Mitmachspiele) 	Gemeinde, STA, Tourismusorganisationen
	Monitoring der einheimischen Meinung zu Themen des Tourismus und der Destinationsentwicklung	B	M	<p>Grundlage für die Befragung sind die Umfragen im Zuge des Gemeindeentwicklungsprogramms sowie in Hafling die Umfrage zum Dorfentwicklungsprogramm. Hierbei werden die Punkte zur Tourismusentwicklung und Tourismusgesinnung aber auch zur allgemeinen Entwicklung mitberücksichtigt und fließen in den Maßnahmenkatalog ein. Die Tourismusgesinnung ist dabei vorrangig positiv, wie auch in den Workshops vorgetragen wurde.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Befragungen analysieren und wichtige Punkte mit einfließen lassen • Die nächsten Befragungen ähnlich aufbauen, um vergleichbare 	Gemeinde, Tourismusorganisationen, Green Teams

			<p>Ergebnisse zu erzielen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachfragen zu Themen der Nachhaltigkeit und Lösungsansätze abfragen 	
	<p>Monitoring der Zufriedenheit und des empfangenen Images der Touristen</p>	A	<p>K</p> <p>Meran2000 führt schon regelmäßig Befragungen durch, welche sich als nützlich erweisen. Jedoch sollen, koordiniert von der Nachhaltigkeitsbeauftragten, auch Befragungen auf Destinationsebene durchgeführt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bestimmung richtiger Kommunikationskanäle (Gastbetriebe, QR-Code an bestimmten Punkten (Tagestouristen)) • Themenauswahl und Zeitrahmen bestimmen • Möglichkeiten zum Motivieren ausloten (Gewinn: Tschöggbergkiste) 	<p>Externer Dienstleister, Nachhaltigkeitsbeauftragte</p>
<p>Sensibilisierung nach innen</p>	<p>Schulung der Tourismusorganisationen</p>	A	<p>K</p> <p>Wenn der Tschöggberg als nachhaltig ausgezeichnet wird und dies auch kommuniziert, erwarten die Gäste bestimmte Standards. Damit die Tourismusorganisationen diese authentisch vermitteln können, sollten sie selbst aktiv in den Prozess eingebunden sein und ein Bewusstsein für nachhaltige Themen entwickeln. Dazu ist es notwendig, dass die Tourismusorganisationen, bzw. die Mitarbeiter:innen, Schulungen in den Bereichen Nachhaltigkeit und GSTC-Zertifizierung erhalten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsamen Workshop zur Nachhaltigkeit durchführen und für Nachhaltigkeit sensibilisieren • Fragen und Antworten zur GSTC-Zertifizierung aufschreiben und unter Mitarbeitenden verbreiten 	<p>Tourismusorganisation, Nachhaltigkeitsbeauftragter, externer Dienstleister, IDM, HGv</p>

Zukunftsgerichtete Destination	Klimawandelanpassung	B	L	<ul style="list-style-type: none"> • Der Klimaplan 2040 sowie der Klimaschutzplan der Bezirksgemeinschaft Burggrafenamt und die einzelnen der betroffenen Gemeinden, werden aktiv mit allen Trägern angegangen und wichtige Teilziele werden umgesetzt • Lokale klimawandelspezifische Risiken und erarbeitete Maßnahmen zur Anpassung, die durch den jeweiligen Klimaschutzplan hervorgehen, werden kommuniziert und unterstützt (Steinschlag, Waldsterben, Wassermangel) • Tourismustreibende werden für Neubauten, Umbauten, Landschaftspflege zu klimaresistenten und biodiversitätsfördernden Alternativen/Maßnahmen informiert • Verantwortung der Touristiker hervorheben 	Tourismusorganisationen, Gemeinden, Land, EURAC, Bezirksgemeinschaft
	Risiko- und Krisenmanagement	C	L	<ul style="list-style-type: none"> • Erörterung aller Risiken im Zusammenhang mit Tourismus und der Destination, Synchronisation mit bestehenden Plänen wie z.B. Gefahrenschutzplan • Priorisierung hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit und Absprache mit den lokalen Krisenakteuren (Feuerwehr, Krankenhaus, Polizei) • Ausarbeitung eines Notfallplans mit geeigneten Schritten • Weitergabe der Informationen an Gäste und Touristiker • Verantwortung der Touristiker hervorheben 	Tourismusorganisationen, Gemeinden, Land, Zivilgesellschaftliche Akteure, Bezirksgemeinschaft

5.2 Sozioökonomische Nachhaltigkeit

Ein nachhaltiges Destinationsmanagement beschränkt sich nicht nur auf ökologische Maßnahmen, sondern umfasst auch die Förderung einer starken, regional verankerten Wirtschaft und die Wertschätzung der einheimischen Bevölkerung. Das Ziel der sozioökonomischen Nachhaltigkeit ist es, lokale Wirtschaftskreisläufe zu stärken und die Bindung der einheimischen Bevölkerung an die Destination zu fördern. Durch Maßnahmen wie die Direktvermarktung regionaler Produkte über Märkte, Genossenschaften und Initiativen wie die "Tschöggberg Kiste" wird die regionale Wertschöpfung unterstützt und die Abhängigkeit von externen Märkten reduziert.

Zudem sind gegenseitige Wertschätzung und die Bindung sowie Ausbildung von Mitarbeitenden entscheidend, um das Engagement der Bevölkerung zu stärken und ein solides Fundament für die Destinationsentwicklung zu schaffen. Die folgenden Maßnahmen sollen zu einer stabilen und langfristig positiven Entwicklung beitragen und so einen Mehrwert aus dem Tourismus für die gesamte Region schaffen.

B. Sozioökonomische Nachhaltigkeit

Hauptziel	Maßnahme	Prio	Zeitraum	Beschreibung	Zuständigkeit
Regionale Wirtschaftskreisläufe fördern	Direktvermarktung - Markt	A	M	<p>Die Direktvermarktung sowie die Verknüpfung von Landwirtschaft und Tourismus sind zentrale Bereiche, die am Tschöggberg intensiviert werden sollen. Jede Gemeinde hat dafür nochmal individuelle lokale Maßnahmen. Ein gemeinsamer Nenner ist jedoch die Einrichtung eines Marktes, auf dem lokale Produkte verkauft werden können. Eine mögliche Idee wäre, sich zusammenzuschließen, um die Organisation und den Verkauf zu koordinieren. Dieser Markt könnte abwechselnd in den verschiedenen Gemeinden stattfinden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • AG "Markt" gründen und verschiedene Interessierte einladen • Machbarkeitsstudie über Ort, Größe oder Regelmäßigkeit (nur Sommer, jedes Wochenende?) 	HDS, SDD, Green Teams, Gemeinde

	Direktvermarktung - Genossenschaft oder Kollektiven	B	L	<p>Viele Landwirte auf dem Tschöggberg betreiben Landwirtschaft nur zum Nebenerwerb. Es fehlen Mittel und Wissen das professionell umzusetzen. Eine Idee wäre eine Genossenschaft zu gründen, wo sich Interessierte vernetzen können, und Wissen ausgetauscht werden kann.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interessierte einladen (je nach Produkten aufteilen) • Größere landwirtschaftliche Betriebe als Impulsgeber identifizieren • Genaue Wünsche absprechen, Hilfestellungen zu Anbau/ Angebot, Verarbeitung, Recht, Förderungen und Marketing • Best-Practice Beispiele einladen 	Green Teams, Tourismusorganisationen, SBB, Gemeinde
	Tschöggberg Kiste	C	L	<p>Gäste sind sehr interessiert an lokalen Produkten und würden gerne mehr mit nach Hause nehmen. Eine Idee wäre eine Tschöggberg-Kiste, welche in verschiedenen Größen und Themenschwerpunkten zusammengestellt wird und mitgenommen werden kann</p> <ul style="list-style-type: none"> • AG gründen, in der alle 3 Gemeinden vertreten sind • "Markt"-Studie zu gefragten Produkten und ihrer Verfügbarkeit • Interessierte einladen • Logistik und Design bestimmen in AG 	Green Teams, Gemeinde, Produzenten
Wertschätzung der lokalen Bevölkerung	Gegenseitige Wertschätzung	B	M	<p>Die Tourismusgesinnung auf dem Tschöggberg ist gut. Probleme betreffen, wenn dann die hohen Besucherzahlen und der damit anfallende Abfall auf dem Salten und den Wiesen der Bauern. Wichtig wäre die Vertiefung einer gegenseitigen Wertschätzung aller Stakeholder.</p> <p>Die Landwirtschaft und ihre Flächen sollten einerseits respektiert werden, andererseits aber auch die Gäste von der Landwirtschaft und den Einheimischen. Vom Tourismus auf dem Tschöggberg profitieren alle.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation zum "Gemeinsamen" ins Leben rufen • Vorteile des Tourismus hervorheben 	Tourismusorganisationen, Gemeinde

	<p>Mitarbeiterbindung und Ausbildung</p>	<p>C</p>	<p>L</p> <p>In den Workshops wurden keine Probleme mit der Personalsituation in touristischen Betrieben hervorgebracht. Eine langfristige Mitarbeiterbindung, auch von Auswärtigen, trägt zu höherer regionaler Wertschöpfung und positivem Miteinander bei.</p> <p>Langfristig soll eine Leitlinie "Arbeiten auf dem Tschöggberg" gemeinsam mit den Betrieben und anderen Industriezweigen ausgearbeitet werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abfragen wie diese Themen im Gemeindeentwicklungsprogramm vorgesehen sind • Nachfragen nach Problemen und Wünschen bei den Gastbetrieben • Zusätzliche Unterstützung von ortsfremden Mitarbeitenden ((Sprach-)Kurse, Crew Card) 	<p>Gemeinde, Tourismusorganisationen, Betriebe, HGv</p>
--	--	----------	---	---

5.3 Kulturelle Nachhaltigkeit

Die kulturelle Nachhaltigkeit bildet eine zentrale Säule für die Authentizität und Attraktivität der Destination und stärkt zugleich die Identität der lokalen Gemeinschaft. Auf Destinationsebene fokussieren sich die Maßnahmen auf die Förderung und den Erhalt einzigartiger kultureller Werte, wie die Tradition der Haflinger Pferde sowie kulturelle Events, die das lokale Erbe erlebbar machen.

C. Kulturelle Nachhaltigkeit

Hauptziel	Maßnahme	Prio	Zeit- rau- m	Beschreibung	Zuständigkeit
Lokale Kultur erhalten und fördern	Haflinger Pferde	B	M	<p>Die Haflinger Pferde sind in der Kultur am Tschöggberg fest verankert und erfreuen sich großer Beliebtheit. Das Angebot und die Nachfrage ist im Sommer gedeckt. Es wird überlegt, das Angebot im Winter auszubauen und lokale Traditionen anzubieten, wie das Haflinger Schlittenfahren und Reiten.</p> <p>Das Haflinger Pferdemuseum soll noch weiter integriert werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absprache mit Haflinger Kulturvereinen, um weitere Programmpunkte (im Winter) aufzunehmen • Veranstaltungen im Haflinger Pferdemuseum 	Zuchtvereine, Tourismusorganisationen
	Events	C	L	<p>Für die Nebensaison möchte man noch weitere Events implementieren, welche der Zielgruppe entsprechen. Es sind nicht weitere Partys, sondern eher ruhigere Events geplant. Hierbei hat jede Gemeinde eigene Maßnahmen. Jedoch könnte man auch Tschöggberg-Events planen, welche den Zusammenhalt stärken und allen Gemeinden positiv zugutekommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jahreszeit festlegen • Gemeinsames Event-Team aus den 3 Tourismusorganisationen gründen • Möglichkeiten zu einem gemeinsamen und in der Destination fair-verteilten Tschöggberg-Event ausloten (z.B. Gemeinsames Erntedank Fest, Tschöggberg-Tag) 	Tourismusorganisationen

5.4 Ökologische Nachhaltigkeit

Die ökologische Nachhaltigkeit zielt darauf ab, die natürlichen Ressourcen und die Landschaft der Destination langfristig zu schützen und die Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt zu minimieren. Dazu gehören Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Mobilität, wie der Ausbau der Fahrradmobilität und die Verbesserung der Verkehrsanbindung am Tschöggberg, die eine umweltfreundliche Erreichbarkeit und Bewegung innerhalb der Region ermöglichen.

Zusätzlich wird die nachhaltige Nutzung von Ressourcen wie Wasser und die Reduzierung von Abfällen angestrebt, um die ökologische Belastung zu verringern. Der Schutz der Biodiversität und der Landschaft steht ebenfalls im Fokus, um die natürliche Vielfalt und Schönheit der Destination zu bewahren.

D. Ökologische Nachhaltigkeit					
Hauptziel	Maßnahme	Prio	Zeitraum	Beschreibung	Zuständigkeit
Förderung einer nachhaltigen Mobilität	Fahrradmobilität auf dem Tschöggberg	A	M	<p>Die Förderung des Radverkehrs und der Mobilität in der Region sind ein zentrales Anliegen. Zukünftig sollte die Fahrradmitnahme im Bus ermöglicht werden, um eine nahtlose Integration von Rad- und öffentlichen Verkehrsmitteln zu gewährleisten. Ein konkretes Beispiel hierfür ist der geplante Radweg über den ganzen Tschöggberg bis nach Afing, der die Anbindung der Tschöggberg Gebiete untereinander verbessern und die Nutzung des Fahrrads attraktiver machen soll. In Vöran gibt es bereits zwei ausgewiesene Fahrradstrecken, Mölten und Jenesien sind dabei einige Strecken als Radwege auszuweisen.</p> <p>Für E-Bikes, welche vorrangig als alltägliches Transportmittel von Einheimischen und Wahlfortbewegungsmittel der Touristen benutzt werden, ist der Ausbau der Wege von großer Bedeutung, um eine sichere und bequeme Nutzung zu fördern.</p> <p>Das Fahrrad sollte nicht nur für Freizeitwecke genutzt werden, sondern auch ein fester Bestandteil der Alltagsmobilität im Dorf sein.</p>	Gemeinde, STA, Gemeindeentwicklungsprogramm-Team, Green Teams, KlimaGemeinde-Team

			<p>Sowohl Einheimische als auch Gäste können das Fahrrad für kurze Strecken im Dorf nutzen, was zu einer Reduzierung des Autoverkehrs und einer umweltfreundlicheren Mobilität führt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Absprache mit dem Team des Gemeindeentwicklungsprogramms. Touristische Sichtweise gut darstellen sowie Erfahrungen, Probleme und Ideen teilen (Probleme Verteilung Gäste, Konflikte Landwirtschaft-Fuß-Fahrrad) • Durchgängigen Fahrradweg in Kommunikation aufnehmen und Gäste sowie Einheimische sensibilisieren • Konzept "Ausleiher Fahrräder auf dem Tschöggberg" aufstellen und mit Gemeindevertreter:innen, Betrieben und Land besprechen. Initiator könnte hierbei Mölten sein, da es hier einen offiziellen E-Mountainbike Verleih gibt. • Gemeinsam bei STA Konzepte zur Fahrradmitnahme im Bus besprechen (Möglichkeiten, Einschränkungen, Linien) • Um das Thema für Einwohner und Gäste holistisch zu bedienen, soll auch die Fahrradinfrastruktur weiter ausgebaut werden. In Mölten gibt es eine offizielle Fahrradwerkstatt für die Reparatur, welche hier als Best-Practice für den Tschöggberg dienen soll. 		
	Nightliner / Verbindung des Tschöggbergs	B	M	<p>Um den ÖPNV weiter zu stärken, müssen die Zeiten angepasst werden. Die Busse zum und auf dem Tschöggberg fahren regelmäßig bis 20.00 Uhr, aber danach muss das eigene Auto benutzt werden. Damit auch Mitarbeitende in Hotel- und Gastrobetrieben, sowie Pendler:innen/Besucher:innen aus den Ballungszentren Meran & Bozen den ÖPNV nutzen können, sollte es spätere Verbindungen geben. Für größere Events auf dem Tschöggberg sollte es Nightliner am Wochenende geben.</p> <ul style="list-style-type: none"> • gemeinsam mit STA Konzept ausarbeiten, welche Verbindungen wichtig sind und wie eine Umsetzung möglich wäre • Testbetrieb für Nightliner bei einem größeren Betrieb 	STA, Gemeinde, Tourismusorganisationen

				<ul style="list-style-type: none"> • Bemühungen mit Betrieben teilen, um sie zu sensibilisieren und gemeinsam Druck aufzubauen 	
	Abfall in der Destination	A	K	<p>Abfall in der Natur ist ein großes Problem. Das größte Ärgernis hierbei stellen die Hundekotsäckchen da. Hafling hat dafür besondere Mülleimer aufgestellt und die Tourismusorganisationen Jenesien und Mölten vermehrt Mülleimer, welche bis jetzt großen Zuspruch erhalten haben. Beide Initiativen sollen genaustens beobachtet werden und sich ausgetauscht werden, was gut klappt.</p> <p>Insgesamt sollen Besucher:innen aber auch Einheimische über Abfall in der Natur mehr sensibilisiert werden.</p> <p>Sollte das Problem mit den Initiativen in Hafling und Vöran nicht in den Griff bekommen werden, sollen Kontrollen durchgeführt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • AG "Abfall in der Destination" aus den 3 Green Teams gründen • Initiativen nach der Saison auswerten und Erfahrungen untereinander teilen. • Gemeinsame Kampagne: „Tschöggberg sauber“ initiieren um vor allem auch Tagestouristen zu erreichen 	<p>Tourismusorganisationen, Green Teams</p>
	Leitungswasser	A	K	<p>Das Leitungswasser auf dem Tschöggberg ist trinkbar. Das soll allen Gästen noch besser kommuniziert werden, sodass nicht abgepacktes Wasser gekauft wird.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sticker und Plaketten von Achtsam am Berg: Trinkbares Leitungswasser bei Wasserhähne und an Brunnen anbringen • Betriebe sensibilisieren, den Gästen dies zu kommunizieren • Aufklärungskampagne "Leitungswasser ist trinkbar" • Alle Brunnen auf Karten eintragen • Flaschen zur Verfügung stellen 	<p>Gemeinde, Wasserwarte, Tourismusorganisationen, Green Teams</p>

	Die Ressource Wasser am Tschöggberg	A	M	<p>Die Ressource Wasser ist auf dem Tschöggberg begrenzt. Das muss allen Akteuren bewusst sein. Es müssen Wassersparmaßnahmen ergriffen werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation - Best-Practice: Wassersparzusätze installieren wie in Hafling • Kommunikation - Best-Practice: Wasseraufbereitungsanlage Betrieb in Jenesien • Regenwassertanks sollten bei Neubauten verbaut werden, Hilfestellung bieten • Wassersparregeln kommunizieren • Betriebe auf ihre Verpflichtung hinweisen (Wellnessbereiche, Duschverhalten Gäste) • Bügelfreie Wäsche 	<p>Tourismusorganisationen, Green Teams, Gemeinden</p>
Schutz von Natur und Landschaft	Schutz der Biodiversität	B	M	<p>Der Salten ist bekannt für seine blühenden Almenwiesen, hier finden z.B. Alpenkräuterwanderungen u.ä. statt. Diese Diversität und blühende Landschaften sollten zum Aushängeschild des ganzen Tschöggbergs werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gemeinsam mit den Gemeinden geeignete Flächen ausfindig machen, welche als Blumenwiese gefördert werden • Zusammenschluss mit weiteren Umweltgruppen, um gemeinsam an Ideen und Lösungen zu arbeiten (KlimaGemeinde, AVS, CAI, Forstamt) • Einladung der Experten vom Versuchszentrum Laimburg um Flächen zu analysieren • Nach den ersten "Test"-Flächen, diese Initiative mit Bürger:innen teilen um weitere (private) Mitstreiter zu rekrutieren 	<p>Tourismusorganisationen, Green Teams, Versuchszentrum Laimburg, Gemeinde</p>

6. Fazit

Die Destination Tschöggberg hat sich in den vergangenen Jahren erfolgreich als touristische Region etabliert und konnte kontinuierlich wachsen. Um diesen Erfolg nachhaltig zu gestalten, liegt der Fokus nun auf Maßnahmen, die die Bedürfnisse der einheimischen Bevölkerung, die Bewahrung der natürlichen Ressourcen und den Erhalt der kulturellen Identität gleichermaßen berücksichtigen.

Durch den Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe und die Förderung der Direktvermarktung erhalten lokale Produzent und Unternehmen gestärkte Absatzmöglichkeiten, was zur wirtschaftlichen Stabilität der Region beiträgt. Gleichzeitig wird durch die Förderung eines nachhaltigen und sanften Tourismus die Belastung der Umwelt reduziert und die Ressource Wasser sowie die Biodiversität am Tschöggberg aktiv geschützt. Die Etablierung umweltfreundlicher Mobilitätsoptionen verringert die Abhängigkeit vom Individualverkehr und ermöglicht Bewohner und Gästen gleichermaßen eine nachhaltige Fortbewegung.

Ein starkes Augenmerk wird auch auf die Wertschätzung und Sensibilisierung der lokalen Bevölkerung gelegt, um eine harmonische Beziehung zwischen Tourismus und Alltag zu schaffen und langfristige Akzeptanz für die touristischen Aktivitäten zu gewährleisten. Der Erhalt der lokalen Kultur und die Förderung authentischer Events unterstützen zudem die Identität der Region und bieten Gästen tiefere Einblicke in das kulturelle Erbe des Tschöggbergs.

Insgesamt leitet dieser Maßnahmenkatalog die Destination Tschöggberg in eine zukunftsfähige, nachhaltige Richtung, die der Lebensqualität der Einheimischen und dem Schutz der Umwelt dient, ohne dabei die touristische Attraktivität zu beeinträchtigen. So kann der Tourismus weiterhin als integrativer Bestandteil des Lebens am Tschöggberg bestehen und zugleich als positives Beispiel für nachhaltige Destinationsentwicklung dienen.