

## #wirzusammen: Nachhaltiger Tourismus am Wilden Kaiser



Katharina Muck (Marketing-Leitung) und Lukas Krösslhuber (Geschäftsführer)

Credit: TVB Wilder Kaiser  
Fotograf: Theresa Aigner

Utl.: Arbeitsprogramm und neue Kampagne: Der Tourismusverband Wilder Kaiser hat sich intensiv mit der Lebensqualität in der Region befasst und ambitionierte Ziele im Selbstverständnis verankert. =

Ellmau (OTS) - Wandern, frische Luft und unberührte Natur genießen - ohne dafür hunderte Kilometer mit dem Auto zu fahren? Kilometerweise Pistenvergnügen, ohne die Natur zu stören oder negativ aufs Klima zu wirken? Vom Tourismus leben, dabei aber nicht den Naturschutz oder die Bedürfnisse der Menschen, die das ganze Jahr in der Region leben, für Übernachtungszahlen und Umsätze opfern?

Als Region, die vom Tourismus lebt, weiß man am Wilden Kaiser: Auf keine dieser Fragen gibt es eine einfache Antwort, nicht jedes dieser Spannungsfelder lässt sich sofort auflösen. Aber klar ist auch auch: Wenn Umwelt und Gesellschaft in eine nachhaltige und lebenswerte Zukunft geführt werden sollen, ist es an der Zeit die Welt aktiv mitzugestalten. Und wo sollten man damit anfangen, wenn nicht im eigenen, direkten Wirkungsbereich?

So hat der Tourismusverband bereits im Jahr 2017 unter dem Motto „Lebensqualität am Wilden Kaiser“ genau jene Fragen gestellt, die hier ansetzen. In Foren, Diskussionsrunden und Workshops haben sich Touristiker\*innen, Gemeindevertreter\*innen und Bürger\*innen gemeinsam der Frage gewidmet, wie ein Tourismus aussehen kann, der sich an den Bedürfnissen aller hier lebenden, urlaubenden und arbeitenden Menschen orientiert und damit Verantwortung für Natur und Gesellschaft übernimmt.

Zwtl.: Selbstverständnis: „Lebensqualität durch nachhaltigen Tourismus“

Daraus ist ein handfestes Programm für den Tourismusverband mit dem Titel „Strategie 2024“ entstanden, an dessen Umsetzung seit 2019 gearbeitet wird. Diese Strategie hat der TVB Wilder Kaiser in den vergangenen Monaten im Rahmen der internen Workshop-Reihe „Wandel als Chance“ unter professioneller Begleitung noch einmal auf den Prüfstand gestellt, an manchen Stellen geschärft und wo nötig, erweitert. Daraus ist das festgeschriebene Selbstverständnis einer „Lebensqualität durch nachhaltigen Tourismus“ entstanden, das nun langfristig das Fundament allen touristischen Arbeitens und den Rahmen für die künftigen Strategien bildet. Diese Vision verwirklichen wir, indem wir zuhören und den Dialog fördern, Verantwortung für Natur und Gesellschaft übernehmen und dadurch die Lebensqualität & Wertschöpfung verbessern.

Zwtl.: „Update“ der Strategie 2024

Andererseits wurde auch die „Strategie 2024“, die den Rahmen für konkrete - bestehende aber auch zukünftige - Initiativen und Projekte bildet, um ein sechstes Handlungsfeldern erweitert. Im Überblick:

~

- \* Wir übernehmen Verantwortung für die Natur (CO<sub>2</sub>-Einsparungs-Maßnahmen, kostenlose öffentliche Mobilität vor Ort, Naturschutz, etc.)
- \* Wir unterstützen regionale Kreisläufe (Verbindung von Landwirtschaft, regionalem Handwerk und Tourismus, Projekt „Marktplatz“, etc.)
- \* Wir fördern die Lebensqualität am Wilden Kaiser (Maßnahmen für gleichmäßige Auslastung übers Jahr, keine Steigerung der Nächtigungszahlen in der Hauptsaison, etc.)
- \* Wir übernehmen soziale Verantwortung (Förderung von Dialog und Mitgestaltung, Wertschätzender Umgang mit Partner\*innen, Vereinen, Grundeigentümer\*innen, etc.)
- \* Wir erleben die Region gemeinsam (attraktive Begegnungszonen im Ortskern, Freizeitinfrastruktur für alle, Interessen aller bei Veranstaltungen berücksichtigen, etc.)
- \* Wir arbeiten im Tourismus (Regionale Verbesserung des Image des Tourismus als Arbeitgeber, Erhöhung der Arbeitsplatzqualität, Projekt „Kaiserschaft“, etc.)

~

Warum man die „Strategie 2024“ vor Ablauf überhaupt noch einmal angegriffen hat, erklärt Lukas Krösslhuber, Geschäftsführer des TVB Wilder Kaiser so: „Eine Aktualisierung war eigentlich erst für das Jahr 2024 geplant. Bei unserer Workshop-Reihe ‚Wandel als Chance‘ war unter den Teilnehmenden aber so ein Engagement und so ein Tatendrang zu bemerken, dass wir die Chance genutzt haben, schon jetzt den nächsten Schritt zu setzen. Und das heißt: Noch mehr Verantwortung für Mensch und Natur zu übernehmen.“

Wie das umgesetzt wird? „Einerseits durch ein langfristig verankertes Selbstverständnis, das ein ganz klares Bekenntnis zu nachhaltigem Tourismus auf allen Ebenen ist. Andererseits durch konkrete Projekte – sowohl durch bestehende, denen wir uns noch intensiver widmen wollen – von der kostenlosen Vor-Ort-Mobilität, über Green Events und Gemeinwohlbilanz bis hin zum Verzicht auf Feuerwerke. Aber auch neue Projektideen, die direkt aus dem Prozess hervor gegangen sind, verdeutlichen den eingeschlagenen Weg“, so Krösslhuber. So befasst sich aktuell eine TVB-Projektgruppe mit dem Thema „Urlaub ohne Auto“. Eine andere Gruppe erarbeitet wiederum, wie in Hotellerie und Gastronomie der Müll bedeutend reduziert werden kann. Die dritte Gruppe befasst sich mit dem Schutz der Natur.

Zwtl.: Kampagne: #wirzusammen für mehr Lebensqualität

„Ich habe schon öfter darauf verwiesen, dass Tourismus kein Selbstzweck ist, sondern eine von mehreren Möglichkeiten, die Lebensqualität einer Region zu verbessern. Dafür müssen wir uns mit seinen positiven Seiten – etwa Freizeitmöglichkeiten, der Infrastruktur, der Gastronomie, den sozialen Begegnungen und vielem mehr –, aber auch ehrlich mit den negativen Begleiterscheinungen wie dem Verkehr, dem Energie- und Flächenverbrauch, Lärm, Müll oder Menschenmengen auseinandersetzen. Und zusammen Lösungen dafür finden“, so Krösslhuber.

Dieses „Zusammen“ hat den Prozess „Lebensqualität“ von Anfang an geprägt und die Region in den vergangenen Monaten der Krise zusammengehalten und optimistisch nach vorne blicken lassen. Dieses „Zusammen“ ist deshalb auch der „kommunikative Kern“ der neuen Kampagne des TVB Wilder Kaiser. Genauso wie das Arbeitsprogramm, basiert sie auf den Ergebnissen des Lebensqualitäts-Prozesses. Unter dem zentralen Claim #wirzusammen trägt sie die sechs Handlungsfelder bzw. die dahinterstehenden Werte- und Grundhaltungen nach außen. In sechs verschiedenen Sujets werden die zentralen Themen- von der

Verantwortung für die Natur über regionale Kreisläufe bis hin zur sozialen Verantwortung – demnächst auch im öffentlichen Raum sichtbar.

Zwtl.: Josef Margreiter: "Bedanke mich für Pionierarbeit"

„Special Guest“ bei der Abschluss Veranstaltung der TVB-internen Reihe „Wandel als Chance“ vergangenen Donnerstag auf der Brenner Alm war Josef Margreiter, Geschäftsführer der Lebensraum Tirol Holding. Wie er das neue Selbstverständnis, die Strategie mit ihren sechs Handlungsfeldern und konkreten Projekten sowie die neue Kampagne einordnet? „Ich bin begeistert vom Claim #wirzusammen. Weil das zeigt, dass das neue Erfolgsmuster für unsere Zukunft nicht der Wettbewerb, sondern die Kooperation ist. Ich habe wirklich eine große Freude, dass die Region Wilder Kaiser hier – in einer für Tirol insgesamt sehr wichtigen Entwicklung – wieder voraus geht. In Richtung Nachhaltigkeit, Innovation, Kreislaufwirtschaft und noch so viel mehr – das sind die zentralen Zukunfts-Themen im Tourismus, bei denen sich der TVB Wilder Kaiser bereits in der Umsetzung befindet. Das ist Pionierarbeit, für die ich mich bedanken möchte“, so der ehemalige Chef der Tirol Werbung am Rande der Veranstaltung.

Zwtl.: Marketing-Leiterin Muck: "Leistungsbeweise erbringen"

„Auch wenn der Wilde Kaiser einzigartig ist – schöne Berge haben viele Regionen im Alpenraum. Wir wollen unseren Gästen, aber auch den Einheimischen, offen und ehrlich sagen, wofür wir stehen. Und das bringt #wirzusammen perfekt auf den Punkt: Wir zusammen gestalten seit Jahren diese Region. Wir zusammen entwickeln sie weiter und wir zusammen sind der Schlüssel zu einer lebenswerten Zukunft“, so TVB Marketingchefin Katharina Muck zur neuen Kampagne. „Uns ist sehr wichtig, dass wir in unserer Kampagne ausschließlich Inhalte kommunizieren, die keine leeren Hülsen sind, Stichwort: Greenwashing. Alles, was wir nach außen tragen, basiert auf unseren konkreten Projekten. Denn zur Glaubwürdigkeit gehört eben auch, nicht nur schöne Sujets zu präsentieren – sondern auch die Leistungsbeweise zu erbringen“, so Muck.

Zwtl.: Leistungsbeweise: Ausgewählte Projekte im Überblick

Green Events: „Going LIVE“ ist ab sofort offiziell als „Green Event“ zertifiziert. Das heißt, strenge Vorgaben stellen sicher, dass vom Strohalm bis zum Recycling nach dem Konzert alles

umweltfreundlich abläuft. [Mehr Infos hier...]

(<https://www.wilderkaiser.info/de/veranstaltungen/going-live.html>)

CO2 Einsparen: Maßnahmen wie kostenlose, öffentliche Mobilität vor Ort und Anreize für die Bahnreise, sollen dem im Tourismus größten CO2-Treiber „Verkehr“ Einhalt gebieten. [Mehr Infos hier...]

(<https://www.wilderkaiser.info/de/region/co2-reduktion.html>)

Gemeinwohlbilanz: Der TVB Wilder Kaiser hat 2019 als erster Tourismusverband Österreichs eine Gemeinwohlbilanz erstellt. Sie zeigt welchen Beitrag zum Gemeinwohl eine Institution durch ihr wirtschaftliches Handeln leistet. [Mehr Infos hier...]

(<https://www.wilderkaiser.info/de/region/gemeinwohlbilanz.html>)

Naturschutz: Der Wilder Kaiser ist seit den 1960ern ein Naturschutzgebiet. Damit wir diesen einzigartigen Naturraum auch für künftige Generationen erhalten, verzichten wir auf schädigendes Verhalten wie Feuerwerke und tragen zur Bewusstseinsbildung bei. [Mehr Infos hier...]

([https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser\\_naturschutz](https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser_naturschutz))

Der Marktplatz: Regionaler und saisonaler Konsum gesunde Lebensmittel – das steht im Zentrum des „Marktplatz“, wo Anbieter\*innen aus der Region mit ihren Produkten vor den Vorhang geholt werden. [Mehr Infos hier...]

(<https://www.wilderkaiser.info/de/region/marktplatz.html>)

Kaiserschaft – KaiserEDU: Die Kaiserschaft als Zusammenschluss engagierter Arbeitgeber\*innen in der Region kommt „vom Jammern ins Tun“ und startet aktuell eine Ausbildungsoffensive um fehlende Fachkräfte selbst auszubilden. [Mehr Infos hier...]

([https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser\\_kaiserschaft](https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser_kaiserschaft))

#wirzusammen – alle Projekte auf einen Blick. [Mehr Infos hier...]

([https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser\\_wirzusammen](https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser_wirzusammen))

Zwtl.: „Lebensqualität“-Projekt für TRIGOS Award nominiert

Apropos Leistungsbeweis: Das Projekt „Lebensqualität – Bürger\*innenbeteiligung zu nachhaltigem Tourismus“ hat auch bundesweite Expert\*innen-Jury des TRIGOS Österreich 2021 überzeugt: Der TVB Wilder Kaiser ist mit dem Projekt in der Kategorie „Vorbildliche Projekte“ nominiert! Der TRIGOS Award ist die

renommierte Auszeichnung für verantwortungsvolles Wirtschaften in Österreich, hier geht's zu den Infos:  
[<http://www.trigos.at/trigos/home>] (<http://www.trigos.at/trigos/home>)

Weiterführende Links und Infos:

Das Projekt „Lebensqualität“ im Überblick: [Mehr Infos hier]  
(<https://www.wilderkaiser.info/de/region/lebensqualitaet.html>)

Die Strategie 2024: [Mehr Infos hier]  
(<https://www.wilderkaiser.info/de/region/strategie.html>)

Bürger\*innen-Beteiligung am Wilden Kaiser: [Mehr Infos hier]  
([https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser\\_buergerinnen](https://www.ots.at/redirect/wilderkaiser_buergerinnen))

Mehr Bilder & Kampagnen-Sujets finden Sie [hier zum Download.]  
(<https://we.tl/t-zgSgC3t211>) (CREDIT: TVB Wilder Kaiser)

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Tourismusverband Wilder Kaiser  
Theresa Aigner  
Presse  
Tel.: +43 (0) 6643855952  
[t.aigner@wilderkaiser.info](mailto:t.aigner@wilderkaiser.info)  
<https://www.wilderkaiser.info/de/presse.html>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5337/aom>

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0006 2021-05-31/09:30

310930 Mai 21

Link zur Aussendung:

[https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20210531\\_TPT0006](https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20210531_TPT0006)