


Nachhaltigkeit für
KÄRNTEN

Leitfaden für nachhaltige Erlebnisangebote

www.nachhaltiges-kaernten.at

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft

WIR leben Land
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich

LAND  KÄRNTEN


Kofinanziert von der
Europäischen Union

Inhalt

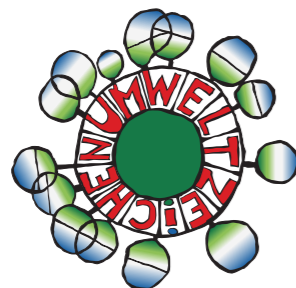
Umsetzung der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) in den Tourismusregionen und Schutzgebieten Kärntens	6
Die 17 SDGs: Kärntens Kompass für morgen	8
Warum dieser Leitfaden? Nachhaltigkeit als Chance für Erlebnisangebote	10
Das Österreichische Umweltzeichen	12
Unser Weg zur Erlebnisgesellschaft	14
Nachhaltige Erlebnisse leicht gemacht – 6 Handlungsfelder	17
Attraktive Erlebnisgestaltung	18
Mitarbeitende und Guides als Herzstück	20
Regionalität und Saisonalität	22
Nachhaltige Mobilität	24
Naturschutz und sorgsamer Umgang mit Ressourcen	26
Kommunikation und Bewusstseinsbildung	28
Arbeitsmaterialien	31
Drehbuch für nachhaltige Erlebnisangebote	32
Zielgruppe und Anwendung der Checkliste	34

Unterstützung und Förderung

Für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen können Sie auch um Förderungen ansuchen. Informationen zu **Förderungen** und Unterstützung in der Umsetzung von Maßnahmen finden Sie hier:

www.nachhaltiges-kaernten.at/foerderungen

Impressum: Medieninhaber und Herausgeber: Zentrum für nachhaltige Destinationsentwicklung Kärnten (NDK)/Region Villach Tourismus GmbH, Peraustraße 32, 9500 Villach, +43 4242 42000, nachhaltiges-kaernten.at – gemeinsam mit der ARGE Naturerlebnis Kärnten; Konzept und Text: Stephanie Zorn, Kohl ▶ Partner; Grafik: Virtuosen Christof Kopfer; Druck: Samson Druck GmbH, UW-Nr. 837; Für die Richtigkeit der Angaben in dieser Broschüre kann vom Herausgeber keine Gewähr übernommen werden; Vorbehaltlich Satz- und Druckfehlern; Stand: Jänner 2026; gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens





Vorwort

Georg Overs

**Regionsgeschäftsführer Tourismusregion
Villach – Faaker See – Ossiacher See**

Die Stärke unserer Region liegt in ihrer Landschaft, in der Vielfalt der Angebote und in den Menschen, die hier leben und arbeiten. Diese Qualität ist kein Selbstläufer. Sie entsteht durch tägliche Entscheidungen von Betrieben, Partner:innen und Regionen sowie durch den bewussten Umgang mit unserem Lebensraum. Gerade touristische Erlebnisse zeigen sehr unmittelbar, wofür eine Region steht und wie glaubwürdig sie ihre Werte nach außen trägt.

Nachhaltige Erlebnisse greifen diesen Anspruch auf. Sie stehen für Angebote, die bewusst gestaltet sind und Rücksicht nehmen, ohne auf Erlebnisqualität zu verzichten. Für Gäste schaffen sie Orientierung und Vertrauen. Für Anbieter:innen eröffnen sie die Möglichkeit, Qualität sichtbar zu machen und sich klar zu positionieren. Nachhaltigkeit wird dabei nicht als Zusatz verstanden, sondern als selbstverständlicher Bestandteil eines überzeugenden Urlaubserlebnisses.

Als Tourismusregion unterstützen wir diesen Weg aktiv. Mit der Erlebnis CARD haben wir einen Rahmen geschaffen, in dem ausgewählte Angebote leichter zugänglich sind und stärker wahrgenommen werden können. Der vorliegende Leitfaden soll dabei helfen, bestehende Erlebnisse weiterzuentwickeln und neue Ideen umzusetzen. Er ist eine Einladung an Betriebe und Partner:innen, gemeinsam an einer Region zu arbeiten, die auch in Zukunft lebenswert bleibt und für Gäste attraktiv ist.



Region Villach | Adrian Hipp

Markus Reisner

**Leiter Zentrum für nachhaltige
Destinationsentwicklung Kärnten (NDK)**

Nachhaltigkeit im Tourismus zeigt sich nicht in einzelnen Maßnahmen, sondern im täglichen Handeln vor Ort. Sie wird dort wirksam, wo Ziele verständlich sind und Umsetzung möglich ist. Genau an dieser Stelle setzt das Projekt zur Umsetzung der UN Nachhaltigkeitsziele im Kärntner Tourismus an, in dessen Rahmen dieser Leitfaden entstanden ist.

Unser Zugang ist es, Nachhaltigkeit konkret erlebbar zu machen. Dazu übersetzen wir übergeordnete Ziele in Angebote, die Gäste unmittelbar wahrnehmen können. Dabei geht es nicht um Belehrung, sondern um Erfahrungen,

die einen bewussteren Umgang mit Natur, Ressourcen und regionaler Wertschöpfung fördern. Für Regionen und Anbieter:innen entsteht so ein gemeinsames Verständnis von Qualität, das laufend weiterentwickelt werden kann.



Region Villach | Adrian Hipp

Das Zentrum für nachhaltige Destinationsentwicklung Kärnten begleitet diesen Prozess gemeinsam mit Tourismusregionen, Schutzgebieten und fachlichen Partner:innen. Der Leitfaden für nachhaltige Erlebnisangebote in Kärnten ist als praxisnahe Arbeitsgrundlage gedacht. Er soll Orientierung geben, Sicherheit in der Umsetzung schaffen und Mut machen, den eigenen Weg konsequent weiterzugehen. Nachhaltigkeit wird so zu einem festen Bestandteil eines zukunftsfähigen Tourismus in Kärnten.

Mag. Robert Heuberger

**Obmann ARGE
Naturerlebnis Kärnten**

Kärnten hat sich im Rahmen eines Projektes der ARGE Naturerlebnis Kärnten entschieden die Tourismusregionen und die Schutzgebiete künftig nachhaltig auszurichten.

Dabei ist es entscheidend, dass Nachhaltigkeit in unseren Köpfen beginnt und bei all unseren Entscheidungen mitgedacht wird.

Nur wer Nachhaltigkeit nachweisen kann, ist glaubwürdig.

Nachhaltigkeit soll als Chance gesehen werden und darf auch Spaß machen: ob bei Rangerführungen, bei Events oder im Beherbergungsbetrieb – regionale Produkte schmecken nach mehr, sanft mobile Anreise entspannt schon auf dem Weg zum Urlaub, das Verständnis für den Naturraum und die natürlichen Kreisläufe prägen sich tief in unserer Erinnerung ein.

Und Nachhaltigkeit nützt den Unternehmer – sie kann helfen Betriebskosten zu senken, Prozesse und Arbeitsabläufe neu zu organisieren und neue Kundenschichten anzusprechen.

Hilft viel, schadet nie.

Viel Vergnügen mit unserer Broschüre.



© Oskar Höher

Umsetzung der UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) in den Tourismusregionen und Schutzgebieten Kärntens

Mit dem Projekt setzen sich sechs Tourismusregionen und drei Schutzgebiete in Kärnten gemeinsam dafür ein, die 17 UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs) sichtbar und erlebbar im Tourismus zu verankern. Ziel ist es, Kärnten als lebenswerten und zukunftsfähigen Lebens- und Urlaubsraum zu gestalten, in dem ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte im Einklang stehen.

Im Zentrum stehen praxisnahe Maßnahmen wie die Entwicklung nachhaltiger Erlebnisangebote, die Förderung umweltfreundlicher Veranstaltungen („Green Events“) und sanfter Mobilität. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Zertifizierung aller teilnehmenden Regionen und Schutzgebiete mit dem Österreichischen Umweltzeichen. Zudem wird das Thema Nachhaltigkeit durch Wissenstransfer, Bewusstseinsbildung, kreative Kampagnen und ein SDG-Netzwerk auf inspirierende Weise greifbar vermittelt.

Das Projekt startete im Jänner 2025 und läuft über drei Jahre.

Initiator und Projektträger ist die ARGE Naturerlebnis Kärnten – ein Zusammenschluss von elf Schutzgebieten, acht Tourismusregionen und der Kärnten Werbung.

Die Umsetzung erfolgt durch das Zentrum für nachhaltige Destinationsentwicklung Kärnten (NDK), gemeinsam mit drei SDG-Coaches und den Nachhaltigkeitsmanager:innen der Regionen – in enger Kooperation mit Umweltzeichen-Berater:innen.

Gefördert wird das Projekt durch Mittel des Landes Kärnten, Leader und das EKUZ. Damit wird ein starker Impuls für eine langfristige Verankerung von Nachhaltigkeit im Kärntner Tourismus gesetzt.

Teilnehmende Schutzgebiete:

- Nationalpark Hohe Tauern
- Naturpark Weissensee
- Naturpark Dobratsch


Teilnehmende Tourismusregionen:

- Nationalpark Region Hohe Tauern
- Region Villach – Faaker See – Ossiacher See
- Region Nassfeld – Pressegger See – Lesachtal – Weissensee
- Region Klopeiner See – Südkärnten – Lavanttal
- Tourismusregion Klagenfurt am Wörthersee
- Region Wörthersee – Rosental



Kärnten Werbung GmbH | Wolfgang Hummer

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft

 **WIR leben Land**
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich

LAND  KÄRNTEN


Kofinanziert von der
Europäischen Union

Die 17 SDGs: Kärntens Kompass für morgen

Die 17 Nachhaltigkeitsziele (SDGs) der Vereinten Nationen sind weit mehr als nur globale Leitlinien. Sie bilden den konkreten Rahmen, mit dem wir Kärntens Rolle als erstklassiger Lebens- und Urlaubsraum zukunftssicher gestalten.



1. Keine Armut

Kärnten knüpft ein starkes soziales Netz. Wir sichern Teilhabe, die rasche Unterstützung in Notlagen und ein leistbares Leben für alle, damit niemand zurückgelassen wird.



2. Kein Hunger

Die Förderung regionaler Landwirtschaft und ökologischer Anbaumethoden bringt gesunde Lebensmittel auf unsere Teller und stärkt gleichzeitig die lokale Wirtschaft.



3. Gesundheit und Wohlergehen

Prävention und Spitzenmedizin für alle: Kärnten schafft ein Umfeld, das die Lebenskraft stärkt und auf beste Versorgung und einen einfachen Zugang abzielt.



4. Hochwertige Bildung

Talente entfalten, Zukunft gestalten. Durch moderne Bildung und lebenslanges Lernen wird Kärnten zur Bühne für persönliche Erfolge und eine starke Handlungskompetenz.



5. Geschlechtergleichheit

Chancen kennen kein Geschlecht. Das betrifft die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf ebenso wie eine faire Teilhabe aller in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.



6. Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen

Kärnten schützt sein kostbares Trinkwasser und die Seen. Die Sauberkeit der natürlichen Gewässer, der bewusste Umgang und eine sichere Wasserversorgung für alle stehen im Vordergrund.



7. Bezahlbare und saubere Energie

Erneuerbare Energien aus Wasser, Sonne und Biomasse versorgen Regionen nachhaltig und sicher. Ein gezielter Ausbau in Kombination mit einer bewussten Nutzung ist der Weg in die Zukunft.



8. Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

Kärnten setzt auf faire Arbeitsplätze und langfristige Perspektiven. Innovative Entwicklungen und grüne Technologien setzen dabei nachhaltige Impulse für die regionale Wirtschaft.



9. Industrie, Innovation und Infrastruktur

Zukunftsträchtige Investitionen – wie etwa in Digitalisierung und umweltfreundliche Mobilität – stärken Kärnten langfristig. Eine nachhaltige Infrastruktur bildet die Basis für einen attraktiven Lebensraum.



10. Weniger Ungleichheiten

Zusammenhalt ist unsere Stärke. Kärnten baut Barrieren ab und fördert eine Gesellschaft, in der Vielfalt als Chance zählt und jede:r seinen Platz findet.



11. Nachhaltige Städte und Gemeinden

Lebendige Orte, kurze Wege. Wir gestalten unsere Gemeinden naturnah, modern und lebenswert für alle Generationen.



12. Nachhaltiger Konsum und Produktion

Regionalität als Leitsatz. Kärnten setzt auf Kreislaufwirtschaft und bewussten Konsum, der Ressourcen schont statt sie zu verschwenden.



13. Klimaschutz

Mutig gegen den Klimawandel. Wir investieren in emissionsarme Mobilität und Wirtschaftsweisen und schützen unsere Heimat aktiv vor extremen Wetterlagen.



14. Leben unter Wasser

Kristallklare Flüsse, lebendige Seen. Durch naturnahe Pflege bewahren wir die Artenvielfalt in Kärntens einzigartigen Gewässern.



15. Leben an Land

Vom Gipfel bis ins Tal: Kärnten schützt seine Bergwelt, Wälder und Wiesen als kostbaren Rückzugsort für Mensch und Natur.



16. Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

Vertrauen durch Transparenz. Ein faires Miteinander und starke Institutionen bilden das stabile Fundament für eine Entwicklung, von der alle Seiten profitieren.



17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Gemeinsam über Grenzen hinaus. Kärnten bündelt die Kräfte von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft für eine Zukunft, in der auch unsere Enkelkinder gerne leben.

Die SDGs als Schlüssel zur Zukunft Kärntens

Die Integration der SDGs in die Entwicklung von Kärnten wirkt sich nicht nur positiv auf die Umwelt aus, sondern stärkt auch die regionale Identität und den Tourismus. Ein Fokus auf Nachhaltigkeit bringt ökologische, soziale und wirtschaftliche Vorteile und macht Kärnten zu einem attraktiven Lebens- und Wirtschaftsraum für die Zukunft.

Dabei kann jeder einzelne von uns einen entscheidenden Beitrag leisten. Wie das ganz konkret aussehen kann, erfahren Sie auf den folgenden Seiten.



Kärnten Werbung GmbH | Sam Strauss

Warum dieser Leitfaden? Nachhaltigkeit als Chance für Erlebnisangebote

Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern das Fundament für den langfristigen Erfolg im Kärntner Tourismus. Bewusst gestaltete Erlebnisangebote schaffen eine Brücke zwischen Besucher:innen und Region, indem wir emotionale, authentische Erfahrungen inmitten unserer einzigartigen Natur- und Kulturlandschaft ermöglichen.

Dabei geht es um echte Begegnungen und die Wertschätzung lokaler Besonderheiten. Indem wir unsere Lebensweise teilen, leisten wir einen konkreten Beitrag zu globalen Nachhaltigkeitszielen (SDGs) und inspirieren andere langfristig.

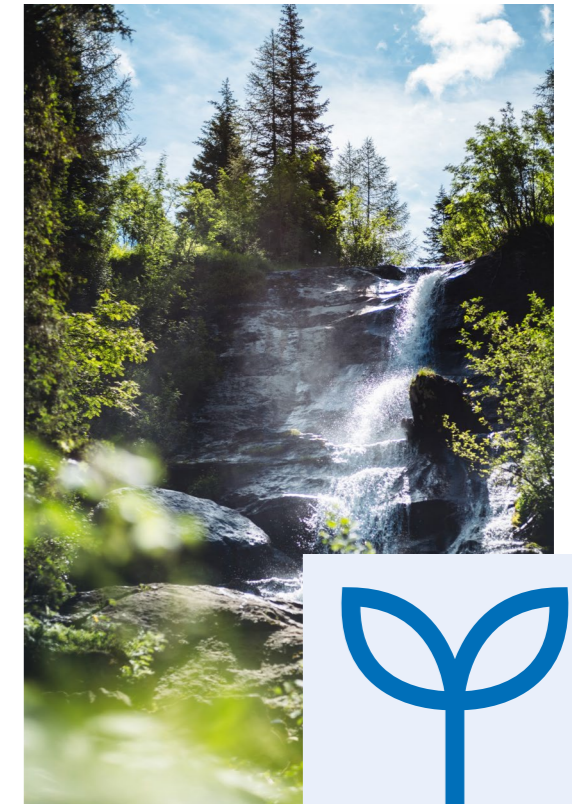
Ihr Nutzen als Erlebnisanbieter:in

Nachhaltige Angebote zahlen sich aus – ökologisch wie ökonomisch. Sie stärken Ihre Position als verantwortungsvoller Betrieb, erschließen neue Zielgruppen für den „Urlaub mit gutem Gewissen“ und profitieren von bevorzugten Partnerschaften sowie wertvollen Netzwerken.

Unsere Zielsetzung für die Region

Kärnten rückt authentische, nachhaltige Erlebnisse ins Zentrum der Tourismusstrategie. Guides sind dabei entscheidende Botschafter:innen, die Gäste mit Begeisterung für einen respektvollen Umgang mit der Natur sensibilisieren und positive Verhaltensänderungen anstoßen.

Dieser Leitfaden unterstützt Sie dabei, nachhaltige Praktiken in Ihr Angebot zu integrieren. Gemeinsam verbessern wir die einzigartige (Er-)Lebensqualität der Region und stärken gleichzeitig unsere Wettbewerbsfähigkeit sowie die Marke Kärnten.



Kärnten Werbung GmbH | Lavanttal Tribondeau



Das Österreichische Umweltzeichen



Das Österreichische Umweltzeichen ist seit Jahrzehnten das staatliche Qualitätssiegel für gelebte Nachhaltigkeit. Während Destinationen als Ganzes zertifiziert werden, bilden nachhaltige Erlebnisangebote das Herzstück eines

Urlaubs mit gutem Gewissen. Sie machen ökologische und soziale Verantwortung für Gäste direkt spürbar.

Obwohl es für Erlebnisangebote aktuell noch keine eigene Zertifizierung gibt, orientiert sich dieser Leitfaden eng an den strengen Kriterien des UZ 200 (Tourismus-, Gastronomie und Kulturbetriebe) oder den Partnervorgaben für Destinationen. Sie decken alle Bereiche ab: von klimafreundlicher Anreise und Ressourcenschonung bis hin zu regionaler Wertschöpfung und hoher Vermittlungsqualität.

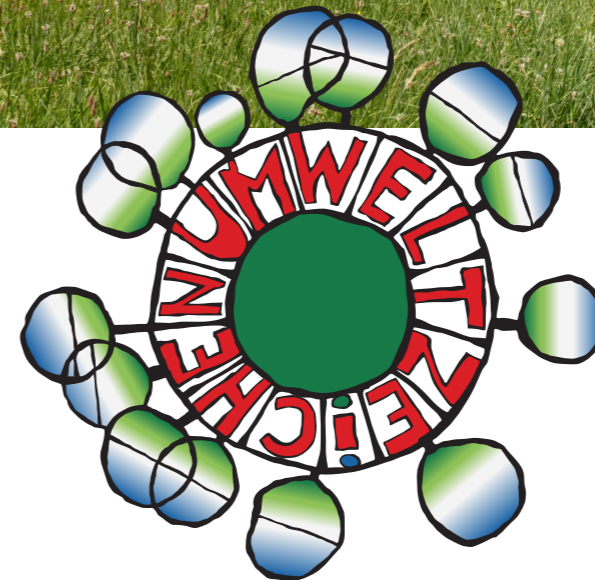
Ihre Vorteile als Erlebnisanbieter:in:

- **Glaubwürdigkeit:** Sichtbarmachen Ihres Engagements.
- **Wettbewerbsvorteil:** Differenzierung durch Qualität und Verantwortung.
- **Außenauftritt:** Bevorzugte Listung bei zertifizierten Destinationen und Partner:innen.
- **Zukunftsfähigkeit:** Optimierung interner Prozesse (Abfall, Energie, Kulinarik).
- **Netzwerk:** Teil eines starken Verbundes nachhaltiger Betriebe in Kärnten.

Selbst ohne eigenes Siegel können Sie diesen Leitfaden nutzen, um Ihr Angebot Schritt für Schritt zukunftsfähiger zu gestalten. Indem Sie Ihre Angebote nach diesen Standards ausrichten, werden Sie zum unverzichtbaren Partner:in für einen nachhaltigen Kärntner Tourismus. Dieser Leitfaden hilft Ihnen, Nachhaltigkeit greifbar zu machen und in Ihrem Alltag zu verankern.

Kurz gesagt:

Nachhaltigkeit ist der Kompass für Kärntens Erlebnisanbieter:innen. Dieser Leitfaden übersetzt offizielle Kriterien in praktische Handlungsschritte für Ihr Angebot.



Unser Weg zur Erlebnisgesellschaft

In der heutigen Gesellschaft geht es nicht mehr nur darum, gute Produkte oder Dienstleistungen anzubieten. Vielmehr steht die Entwicklung einzigartiger Erlebnisse im Vordergrund, die bei Gästen bleibenden Eindruck hinterlassen. Dabei unterscheidet man zwischen verschiedenen Erlebnisdimensionen, die von passiver Unterhaltung bis zu aktiven Lernformaten reichen.

Kärnten bietet mit seiner eindrücklichen Natur- und Kulturlandschaft ideale Voraussetzungen, um solche „transformativen“ Erlebnisse zu gestalten. Diese Erfahrungen sind es nämlich, die oft besonders lange nachhallen und eine langfristige Kundenbeziehung begünstigen.

Was sind transformative Erlebnisse?

Transformative Erlebnisse beeinflussen uns nachhaltig in unserer Denkweise, unseren Werten oder unserem Verhalten. Sie regen zum Nachdenken an und motivieren uns, auch über einen Urlaub hinaus Gewohnheiten im Alltag zu verändern. In Bezug auf Erlebnisangebote bedeutet das, Besucher:innen nicht nur die Schönheit der Natur näherzubringen, sondern sie auch aktiv in ihren Schutz miteinzubeziehen und so wichtiges Hintergrundwissen zu einer nachhaltigen Lebensweise zu vermitteln.

Wie können Erlebnisanbieter:innen transformative Erlebnisse gestalten?

1. Menschen einbinden

Gestalten Sie Programme, bei denen Gäste selbst aktiv werden können – bei der Pflege von Naturschutzgebieten, dem Pflanzen von Bäumen oder bei Aufräumaktionen in der Natur.

2. Reflexion und Bewusstseinsbildung

Bieten Sie Raum für Gespräche und die Verarbeitung des gemeinsam Erlebten. Diskutieren Sie, wie sich das neu gewonnene Wissen auch Zuhause ganz konkret umsetzen lässt.

3. Verbindung zur Region

Integrieren Sie lokale Themen, Geschichten und Traditionen in Ihre Programme. Zeigen Sie den Gästen, wie tief die Region mit der Natur verbunden ist und wie wichtig es ist, diese auch für künftige Generationen zu bewahren.

4. Vorbildfunktion einnehmen

Setzen Sie selbst auf nachhaltige Verhaltensweisen – sei es bei Energieversorgung, Abfallvermeidung oder der Auswahl von Partner:innen. Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und lassen Sie andere daran teilhaben.

Beispiel für Kärnten:

Ein Erlebnisanbieter in Kärnten bietet ein Programm an, bei dem Gäste gemeinsam mit einer lokalen Försterin einen Waldabschnitt pflegen. Während der Arbeit vermittelt sie Informationen über die zentrale Rolle des Waldes für Ökosystem und Klimaschutz. Im Anschluss gibt es eine Gesprächsrunde, in der Teilnehmende reflektieren, wie sie selbst auch Zuhause zum Schutz der Wälder beitragen können.

Ein Newsletter hält langfristig auf dem Laufenden, wie es mit dem Projekt weitergeht und was durch die Mithilfe aller bereits Positives bewirkt wurde.

Mithilfe solcher transformierenden Erlebnisse stärken Erlebnisanbieter:innen in Kärnten nicht nur das Bewusstsein für Nachhaltigkeit, sondern tragen ihr Wissen und ihre Überzeugungen auch weit über die eigene Region hinaus.



Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabenheiner



Nachhaltige Erlebnisse leicht gemacht – 6 Handlungsfelder

Immer mehr Gäste suchen derzeit den „Urlaub mit gutem Gewissen“. Dabei geht es neben der Umwelt vor allem um die soziale Nachhaltigkeit. Wir wollen spüren, dass die Gemeinschaft und die Menschen vor Ort von unseren Handlungen profitieren. So bauen wir eine stärkere Verbindung zur Urlaubsregion selbst auf. Denn genau diese Momente von Mensch zu Mensch sind es, die eben nicht austauschbar sind und noch lange positiv nachwirken.

Im Kapitel finden Sie konkrete Tipps, Tricks und Best-Practice-Beispiele, wie die Umsetzung nachhaltiger Erlebnisangebote gelingt.

Dabei sind **sechs Handlungsfelder** entscheidend:

1. Attraktive Erlebnisgestaltung
2. Mitarbeitende und Guides als Herzstück
3. Regionalität und Saisonalität
4. Nachhaltige Mobilität
5. Naturschutz und sorgsamer Umgang mit Ressourcen
6. Kommunikation und Bewusstseinsbildung

Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Programme Schritt für Schritt optimieren. Praxisnah, wirkungsvoll und angepasst an die regionalen Gegebenheiten Kärntens.

Attraktive Erlebnisgestaltung



Worum geht's?

Die Gestaltung einzigartiger Erlebnisse ist das Herzstück touristischer Angebote. Wenn wir es richtig angehen, hilft uns der Nachhaltigkeitsgedanke dabei, noch attraktivere und

wirtschaftlich erfolgreichere Produkte zu entwickeln. Davon profitieren Gäste, Partner:innen und die gesamte Region langfristig.

Was bringt's Ihnen als Anbieter:in?

Menschen suchen die Gegenwart zum Alltag. Durch regionale Produkte, besondere Partnerschaften und persönliche Begegnungen schaffen Sie echte Mehrwerte, die emotional berühren. Dieser Zugang schärft Ihre Positionierung, sorgt für begeisterte Besucher:innen und sichert die Naturschätze der Region als Erlebnisraum für künftige Generationen. Nachhaltigkeit bedeutet gelebte Qualität und Authentizität – für einen bewussten Tourismus, der wirkt und bleibt.



Kärnten Werbung | Michael Stabentheiner



Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabentheiner

Fünf Praxistipps

1. Spannungsbogen einsetzen

Gestalten Sie gezielt Höhepunkte sowie den Auftakt und Ausklang Ihres Programms. Aus der Psychologie wissen wir, dass diese Besuchserlebnisse am intensivsten beeinflussen. (Tipp: Das Erlebnisdrehbuch in Kapitel 5 hilft dabei.)

2. Zentrale Rolle der Guides verstehen

Starke Angebote leben von der Persönlichkeit der Guides. Schaffen Sie Raum, um außergewöhnliche Perspektiven und Interessen auszuleben. So springt der Funke der Begeisterung direkt auf die Besucher:innen über.

3. Nebensaisonen und Geheimtipps

Entzerren Sie Besucherströme, indem Sie exklusive Programme für Nebensaisonen oder weniger bekannte Gebiete entwickeln. Ihre Vorteile? Mehr Kreativität in der Produktentwicklung, neue Kooperationen und eine gleichmäßigere Wertschöpfung.

4. Besucher:innen in den Mittelpunkt

Nutzen Sie direktes Feedback für laufende Verbesserungen. Zentraler Aspekt ist die Inklusion: Bauen Sie Barrieren ab und arbeiten Sie mit spezialisierten Interessensvertretungen, damit auch wirklich jede:r am Angebot teilhaben kann.

5. Wertschöpfung langfristig denken

Wie können Sie Preis und laufende Kosten optimieren? An welche Vertriebskanäle haben Sie noch nicht gedacht? Und vergessen Sie nicht: Oft braucht es mehr Energie und Zeit ein neues Programm zu etablieren, als gedacht. Stellen Sie sich entsprechend breit auf.

Kurz gesagt:

Nachhaltigkeit ist der Kern attraktiver, zukunftsfähiger Erlebnisse. Als Chance begriffen schafft sie Einzigartigkeit, stärkt Ihre Marktposition und fördert die regionale Wirtschaft. Gestalten Sie Programme mit bleibendem Wert – für begeisterte Gäste und eine starke Region.

Starke Marken leben von Erlebnissen. Nutzen Sie die Kärnten-Markenstories als Basis für Ihre Angebote. Sie schärfen Ihr eigenes Profil und zahlen direkt auf den Markenwert der Region ein.

www.kaernten.at/b2b

Best Practice

Die Region Nassfeld-Pressegger See, Lesachtal und Weissensee macht Nachhaltigkeit durch zertifizierte Naturerlebnisse greifbar. Die Green Experiences werden mit strengen Kriterien und Erlebnisdrehbuch entwickelt (z.B. klimafreundliche Anreise, qualifizierte Guides und Slow-Food-Genuss).

www.natuerlich-wir.com

Mitarbeitende und Guides als Herzstück



KSL Tourismus GmbH | Martin Hofmann

Worum geht's?

Guides sind der Kern jedes Erlebnisses. Sie vermitteln Wissen und sind leidenschaftliche Botschafter:innen Ihrer Region. Um diese Schlüsselrolle voll auszufüllen, müssen sie tief mit Ihrer Nachhaltigkeitsphilosophie und Ihren Visionen verwurzelt sein. Unser Ziel ist es, Guides durch gezielte Weiterbildung und wertschätzende Arbeitsbedingungen zu stärken, damit ihre Begeisterung für den Lebensraum in der täglichen Arbeit für jeden Gast spürbar wird.

Was bringt's Ihnen als Anbieter:in?

Exzellente Guides verwandeln Angebote in unvergessliche Gänsehautmomente. Sie vermitteln Ihre Haltung und eröffnen Besucher:innen neue Perspektiven. Wenn Guides Wertschätzung erfahren, festigt das ihre Loyalität und sorgt für ein wohlwollendes Arbeitsklima. Davon profitieren Sie direkt: Durch höchste Erlebnisqualität und langfristige Beständigkeit Ihrer Angebote.

Fünf Praxistipps

1. Nachhaltigkeit in der DNA

Vermitteln Sie Nachhaltigkeit als gelebte Praxis. Guides sollten über lokale Projekte informiert sein und regelmäßig neue Initiativen kennenlernen. Lassen Sie persönliche Herzenthemen der Guides direkt ins Programm einfließen.

2. Qualifikation und Weiterbildung

Halten Sie Wissen über regionale Besonderheiten und klimafreundliche Praktiken aktuell. Nutzen Sie z.B. die Tourismusakademie Kärnten, um Guides als glaubwürdige Botschafter:innen zu positionieren. Ein gemeinsamer Saison-Kick-off stärkt das interne Netzwerk.

3. Faires und inklusives Arbeitsumfeld

Achten Sie auf faire Arbeitsbedingungen. Vielfalt im Team eröffnet spannende Perspektiven für die Angebotsgestaltung. Ein respektvolles Umfeld, das persönliche Weiterentwicklung fördert, steigert die Mitarbeiterbindung und sorgt für echte Begeisterung.

4. Kontinuierliche Entwicklung

Investieren Sie in den Austausch: Guides wissen am besten, was funktioniert und wo es hakt. Nutzen Sie Feedback und das persönliche Netzwerk Ihrer Guides gezielt für die Verbesserung der Programme.

5. Externe Netzwerke und Partnerschaften

Binden Sie regionale Partner:innen wie Handwerker:innen, Künstler:innen und Naturschutzgebiete aktiv ein und nutzen Sie wertvolles Wissen von außen. Kooperationen bringen frische Ideen, machen Erlebnisse einzigartig und zahlen auf die regionale Wertschöpfung ein.

Kurz gesagt:

Wenn Sie in die Weiterbildung und Entwicklung Ihres Teams investieren, schaffen Sie ein Umfeld, in dem Zukunft gemacht wird. Durch starke Netzwerke und authentisches Engagement werden Ihre Guides zu echten Botschafter:innen der Region. So entstehen bedeutsame Erlebnisse, die Ihre Gäste nachhaltig berühren.

Weiterbildung für Ihre Mitarbeiter:innen gesucht? Schauen Sie auf die Seite der Tourismusakademie Kärnten. Dort gibt es eine Vielzahl an Fortbildungen zum Thema Nachhaltigkeit.

www.tourismusakademie-kaernten.at

Best Practice

Nationalpark-Ranger:innen im Nationalpark Hohe Tauern sind Profis für Flora, Fauna und Geologie. Ihre Ausbildung vermittelt Wissen zur Natur und Methoden für spannende Führungen. Die Nationalpark-Akademie steht auch externen Guides offen, damit Naturerlebnisse in ganz Kärnten begeistern.

www.hohetauern.at/de/bildung/nationalpark-akademie.html



Kärnten Werbung GmbH | Wolfgang Hummer

Regionalität und Saisonalität



Worum geht's?

Regionalität und Saisonalität ermöglichen authentische Erlebnisse, die Gäste und Region verbinden. Durch Nutzung lokaler Ressourcen, Pflege von Traditionen und saisonale

Höhepunkte fördern wir die Wirtschaft und entzerren Besucherströme. So heben wir uns von der Masse ab und schaffen echten Mehrwert.

Was bringt's Ihnen als Anbieter:in?

Der Einsatz regionaler Produkte steigert die Attraktivität Ihrer Programme und stärkt den Bezug zur Region. Die gezielte Belegung der Nebensaison stabilisiert Ihre Auslastung und spricht neue Zielgruppen an. Sie bieten außergewöhnliche Qualität, schaffen Sicherheit für Ihre Organisation und investieren in die nachhaltige Wertschöpfung vor Ort.

Best Practice

Der Marktplatz Mittelkärnten vernetzt Landwirtschaft, Handwerk und Gastronomie. Als Slow Food Travel Destination erleben Gäste regionale Vielfalt der Kulinarik zum Werkstattbesuch. Die Kooperation stärkt die Wirtschaft vor Ort und macht Saisonalität durch Programme greifbar. www.marktplatzmittelkaernten.at

Fünf Praxistipps

1. Partnerschaften auf Augenhöhe

Vernetzen Sie sich aktiv mit lokalen Unternehmen. Mit der Einbindung ihrer Produkte stärken Sie regionale Wertschöpfung und Identifikation. Ein ehrlicher Dialog mit Anwohner:innen und Partner:innen sichert die Akzeptanz vor Ort und liefert frische Impulse.

2. Saisonale Höhepunkte

Setzen Sie Akzente im Jahreskalender, die nur zeitlich begrenzt erlebbar sind. Besonders in der Nebensaison gilt es, Ressourcen zu bündeln und maßgeschneiderte Angebote zu schaffen, um Gäste anzuziehen.

3. Lokaler Genuss

Erlebnisse werden durch Kulinarik intensiver. Setzen Sie auf regionale Produkte und ermöglichen Sie Besucher:innen einen Blick hinter die Kulissen. Solche Erlebnisse schaffen Wertschätzung und Bewusstsein.

4. Reiche Geschichte nutzen

Kultur und lokalen Lebensweisen geben Orten das gewisse Extra. Binden Sie Bräuche, Dialekte und historische Bauten in Ihre Programme ein. So werden sie aufgewertet und fördern den direkten Austausch zwischen Gästen und Einheimischen.

5. Regionale Wertschöpfung weiterdenken

Setzen Sie Impulse über Ihr eigenes Angebot hinaus: Geben Sie Besucher:innen Geheimtipps zu lokalen Einkaufsmöglichkeiten und Ausflugszielen. Gut für die Erlebnisqualität und die Wertschöpfung vor Ort.

Slow Food ist die weltweit größte Bewegung für bewusste Esskultur und nachhaltige Lebensmittelproduktion. Dieser Megatrend prägt die Zukunft des wertvollen Genusses. Kärnten ist als internationaler Pionier ganz vorne mit dabei.

www.slowfood-kaernten.at

Kärnten Werbung GmbH | Wolfgang Hummer



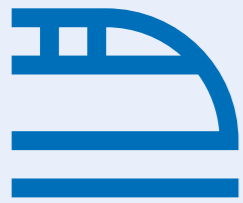
Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabentheiner



Kurz gesagt:

Starke Erlebnisse brauchen keine weiten Wege. Wenn wir servieren, was die Jahreszeit und unsere Nachbarschaft bieten, wird der Besuch für Gäste spürbar echt. So setzen wir positive Impulse vor Ort und verbinden Qualität mit Verantwortung. Daraus entstehen Angebote, die Bestand haben und allen etwas bringen.

Nachhaltige Mobilität



Worum geht's?

Die An- und Abreise ist oft der größte Klimatreiber im Tourismus. Doch gerade im Urlaub sind Gäste bereit, Neues auszuprobieren. Mit einfacher Zugänglichkeit und klarer

Kommunikation erleichtern wir den Umstieg auf nachhaltige Mobilität und machen sie zum Teil des Gesamterlebnisses.



Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabenheiner

Was bringt's Ihnen als Anbieter:in?

Sanfte Mobilität schützt die Umwelt und steigert die Erlebnisqualität. Wer das Auto stehen lässt und stattdessen zu Fuß, mit dem Rad oder öffentlichen Mitteln unterwegs ist, entschleunigt sofort. Diese bewusster Form der Fortbewegung schafft Raum für intensivere Eindrücke und persönliche Begegnungen.

Durch den Ausbau der Bahn-Südstrecke (z.B. Koralmtunnel) gewinnt Kärnten zudem spannende neue Zielgruppen aus Ostösterreich und der Steiermark dazu, die gezielt nach öffentlich erreichbaren Ausflugszielen suchen.



Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabenheiner

Fünf Praxistipps

1. An- und Abreise mitdenken

Verantwortung beginnt vor der Begrüßung. Planen Sie Treffpunkte und Startzeiten so, dass sie ideal mit Fahrplänen oder Radwegen harmonisieren. Wo Öffis nicht hinkommen, schließen Shuttle-Services die Lücke.

2. Sanfte Mobilität im Programm

Müssen während eines Erlebnisses Wege zurückgelegt werden? Nutzen Sie das Fahrrad, gehen Sie zu Fuß oder aktivieren Sie lokale Rufbusse. Viele Regionen bieten bereits kostenfreie Öffis für Übernachtungsgäste an. Nutzen Sie bestehende Initiativen.

3. Klare Kommunikation

Machen Sie es Besucher:innen leicht: Weisen Sie schon bei der Buchung aktiv auf die öffentliche Anreise hin. Verlinken Sie Fahrpläne, Routenplaner und Radverleihstationen direkt, um Unsicherheiten gar nicht erst entstehen zu lassen.

4. Starke Partnerschaften vor Ort

Arbeiten Sie mit Radverleihern oder Verkehrsbetrieben zusammen. Gemeinsame Rabatte oder Kombi-Angebote sind ein echter Buchungsanreiz. Informieren Sie sich rechtzeitig über Fahrplanänderungen und Neuigkeiten in der Region.

5. Wissen statt Bauchgefühl

Sammeln Sie Daten: Wie kommen Ihre Gäste wirklich an? Nutzen Sie Analysen der Region oder fragen Sie im direkten Gespräch nach: „Was würde euch den Umstieg erleichtern?“ Nur wer den Bedarf kennt, kann sein Angebot gezielt optimieren.

Kurz gesagt:

Nachhaltige Mobilität ist der Schlüssel für Kärntens Tourismus der Zukunft. Wer auf Bahn, Rad oder Shuttles setzt, schützt das Klima und steigert die Erlebnisqualität durch Entschleunigung. Dank Bahnausbau erreichen wir neue Zielgruppen, die gezielt autofreie Angebote suchen. Machen wir den Umstieg leicht – für zufriedene Gäste und eine starke Region.

Kärnten bietet weit mehr als Seen und Berge. Damit unsere Besucher:innen das Freiheitsgefühl schon bei der Anreise spüren, wird das Öffi-Angebot laufend ausgebaut. Hier finden Sie alle Angebote und Neuerungen auf einen Blick.

www.karnten.at/autofrei

Best Practice

Das Bahnhof-Shuttle Kärnten löst das Problem der letzten Meile. Es bringt Gäste bequem vom Zug direkt zur Unterkunft und wieder zurück. Das Transfer-System macht Mietwagen überflüssig und fördert eine entspannte, autofreie Anreise. Ein einfacher Weg, um Klimaschutz und Komfort für Besucher:innen zu vereinen.

www.bahnhofshuttlekaernten.at

Naturschutz und sorgsamer Umgang mit Ressourcen



Kärnten Werbung GmbH | Slowtrail Pressegeresse | Gert Perauer



Worum geht's?

In Kärnten sind Erlebnisanbieter:innen besonders gefordert, einen sorgsamen Umgang mit der Natur und ihren Ressourcen zu finden. Ein nachhaltiges Angebot berücksichtigt den Bezug zu Wasser, Energie und Abfall sowie den Schutz von Pflanzen und Tieren. Ziel ist die Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und die aktive Einbindung der Besucher:innen durch gezielte Information. Das dient dem Umweltschutz und steigert gleichzeitig die Qualität der Angebote.

Was bringt's Ihnen als Anbieter:in?

Nachhaltigkeit senkt Betriebskosten durch geringeren Energieverbrauch und optimierte Entsorgung. Zudem stärkt sie das Vertrauen der Gäste, die Nachhaltigkeit zunehmend als Qualitätsmerkmal wahrnehmen. Die Ressourcenschonung steigert Ihre Wettbewerbsfähigkeit und bietet neue Vermarktungspotenziale in einem umweltbewussten Markt.

Alles zum Thema **Abfalltrennung, -sammlung und -vermeidung in Österreich** finden Sie bei „**Österreich sammelt**“.

www.oesterreich-sammelt.at

Fünf Praxistipps

1. Rücksicht auf Schutzgebiete

Achten Sie bei der Tourenplanung auf sensible Lebensräume und Brutzeiten. Sensibilisieren Sie Ihre Gäste für den Naturschutz und nutzen Sie lokale Naturschutzorganisationen als Know-how-Partnerschaften.

2. Klare Teilnehmerobergrenzen

Halten Sie konsequente Gruppengrößen ein. Dies schützt Ökosysteme vor Überlastung und sichert gleichzeitig die Qualität sowie die Intensität des Erlebnisses für Besucher:innen.

3. Energieverbrauch reduzieren

Nutzen Sie erneuerbare Energien (z.B. Solar) und effiziente Geräte. Kommunizieren Sie Ihre Einsparbemühungen aktiv, um das Thema greifbar zu machen.

4. Wasserverbrauch und Abfallvermeidung

Informieren Sie über die hohe Trinkwasserqualität in Kärnten und die Bedeutung des Wassers für unsere Lebensqualität. Setzen Sie auf Müllvermeidung, Abfalltrennung und Mehrwegsysteme im Sinne der Kreislaufwirtschaft.

5. Sichtbares Engagement

Handeln Sie nach dem Motto „Tue Gutes und sprich darüber“. Leben Sie praktische Maßnahmen zum sorgsamen Umgang mit Ressourcen vor. Machen Sie Besucher:innen aktiv auf nachhaltiges Verhalten aufmerksam – von der Rücksichtnahme auf die Ruhezeiten der Wildtiere über den respektvollen Umgang mit sensiblen Lebensräumen bis hin zur Vermeidung von Lichtverschmutzung.



Region Villach Tourismus | Stefan Leitner

Kurz gesagt:

Ein sorgsamer Umgang mit Ressourcen ist essenziell für nachhaltige Erlebnisse. Durch Ressourcenschonung und die Einbeziehung Ihrer Gäste stärken Sie deren Vertrauen und schaffen ökologische sowie wirtschaftliche Vorteile. Nutzen Sie Ressourcenmanagement, um Ihren Betrieb zukunftsorientiert zu positionieren.

Best Practice

In Irschen heißt es: Schützen durch Nützen. Auf den Erlebniswanderungen spüren Gäste, wie wertvoll eine unberührte Bergwelt ist. Das alte Wissen der Kräuterbäuer:innen zeigt uns, wie wir achtsam mit den Schätzen der Natur umgehen, damit sie uns noch lange erhalten bleiben. Ein schönes Beispiel dafür, wie wir die bunte Vielfalt unserer Heimat bewahren.

www.kraeuterdorf-irschen.com

Kommunikation und Bewusstseinsbildung



Region Villach | Stefan Leitner

Worum geht's?

Urlaube sind ideal, um Routinen zu brechen und nachhaltiges Handeln zu verankern. Ihre Erlebnisse inspirieren Besucher:innen zu einem bewussteren Lebensstil – ganz ohne erhobenen Zeigefinger. Ob Ressourcenschonung oder Biodiversität: Durch aktives Mitwirken und starke Geschichten wird Nachhaltigkeit greifbar und zum bleibenden Wert für Ihre Gäste.

Was bringt's Ihnen als Anbieter:in?

In Ihren Angeboten steckt oft schon viel mehr Nachhaltigkeit, als nach außen sichtbar ist. Wenn Sie dieses Engagement – von ökologischer Sorgfalt bis zum sozialen Miteinander – lebendig kommunizieren, wird Ihr Herzblut zum Marktvorteil. Sie stärken die emotionale Bindung Ihrer Kund:innen, sichern die intakte Natur als Geschäftsgrundlage und positionieren sich als zukunftsorientierte Botschafter:innen, die Menschen bewegen und langfristig wirtschaftlich erfolgreich bleiben.

Fünf Praxistipps

1. Nachhaltigkeit als roter Faden

Integrieren Sie ausgewählte Nachhaltigkeitsthemen fest in Ihre Abläufe. Erstellen Sie für jedes Programm ein Drehbuch, das die Bühne für Ihre Herzenthemen bietet. Der Schlüssel? Emotionen statt trockener Fakten. Schlagen Sie eine Brücke zum Alltag Ihrer Gäste und teilen Sie Ihre eigene Leidenschaft.

2. Kommunikation mit Herzschlag

Prüfen Sie Ihre Botschaften aus der Gästesicht. Sind sie leicht verständlich und inspirierend? Erzählen Sie persönliche Erfolgsgeschichten der Menschen hinter den Kulissen. Wenn Besucher:innen den positiven Effekt ihres Handelns selbst erleben, setzen Sie Impulse, die weit über den Urlaub hinauswirken.

3. Starke Partnerschaften leben

Glaubwürdigkeit entsteht durch Kooperation. Arbeiten Sie eng mit Schutzgebieten und Naturschutzorganisationen zusammen. Diese Synergie aus Fachwissen und Erlebnisqualität wertet Ihr Angebot auf und schafft ein authentisches Netzwerk, von dem alle profitieren.

4. Aktivieren statt informieren

Lassen Sie Ihre Besucher:innen Teil der Lösung werden. Ob Bäumepflanzen oder die Pflege von Almen – wer selbst anpackt, entwickelt ein tiefes Gefühl von Verantwortung. Denken Sie weiter: Patenschaften oder Samenmischungen für zu Hause halten die Verbindung lebendig.

5. Geschichten, die bewegen

Verzichten Sie auf den Zeigefinger und setzen Sie auf Mut und Kreativität. Mit starken Bildern echter Charakterköpfe und ehrlichen Einblicken in Ihren persönlichen Antrieb verwandeln Sie Fakten in Emotionen. Machen Sie Gäste zu Held:innen und landen Sie direkt in deren Herzen.

Kurz gesagt:

Erfolgreiche Kommunikation beginnt dort, wo wir zeigen, was uns am Herzen liegt. Es lohnt sich, mit ehrlichen Bildern und echten Geschichten in die aktive Vermarktung zu gehen. Wer dabei authentisch und klar bleibt, braucht Greenwashing nicht zu fürchten. So nutzen wir das Thema Nachhaltigkeit als Chance, uns klar zu positionieren und bewusst von anderen Angeboten abzuheben.



Kärnten Werbung GmbH | Gert Perauer

Der Leitfaden „Green Claims im Tourismus“ der Österreich Werbung hilft Nachhaltigkeitskommunikation ohne Greenwashing zu betreiben.

www.austriatourism.com/blog/green-claims-im-tourismus

Best Practice

Die Kampagne „mein See.“ macht den Faaker See zum gemeinsamen Anliegen. Ob mineralischer Sonnenschutz, Müllvermeidung oder sanfte Anreise: Besucher:innen erhalten konkrete Tipps für den See-Alltag. Clean-up-Days und der „mein KRISTALL.“ Award binden Betriebe aktiv ein. Ein Vorbild für positive Kommunikation, das Lust auf Verantwortung macht. www.mein-see.at



Arbeitsmaterialien

Es gibt nichts Gutes, außer man tut es.

Auf den folgenden Seiten finden Sie erprobte Praxisinstrumente, die Ihnen die Umsetzung erleichtern. Die Drehbuchvorlage hilft, Nachhaltigkeit bei allen Berührungspunkten mit dem Gast mitzudenken und gleichzeitig die nötige Prise Spannung hineinzubringen.

Die Checkliste ist eine geballte Sammlung aller Praxistipps aus diesem Leitfaden und bringt die wichtigsten Stellschrauben - wissenschaftlich fundiert - auf den Punkt.

Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Umsetzung.



Kärnten Werbung GmbH | Martin Hofmann

Drehbuch für nachhaltige Natur- und Erlebnisangebote

Der folgende Leitfaden dient als Vorschlag und Anregung zur Erstellung von „Drehbüchern“ für nachhaltige Erlebnisangebote. Im Vordergrund stehen dabei die Guides mit ihrer authentischen Persönlichkeit. Sie sind die „Hauptdarsteller:innen“, die den Gast in „ihre Welt“ eintauchen lassen, ihm für die Dauer des Programmes zu Seite stehen und so die Bühne für außergewöhnliche Momente bereiten.

Quelle: Basierend auf dem Pilotprojekt "Green Experiences" der Urlaubsregion Nassfeld-Pressegger See / Lesachtal / Weissensee und den Magischen Momenten der ARGE Naturerlebnis. Erstellt von Siegel&Kaiser und Martin Dueller.

Die wichtigsten Inhalte im Überblick:

1. Ankommen

- (Öffentlich) gut erreichbar
- Gefühl der Entspannung - endlich da!
- Ansprechende Umgebung
- Herzlicher Empfang und Vorstellung des Guides

2. Einführung und Prolog

- Erster Überblick über das "große Ganze"
- Vorfreude auf das Kommende
- Inhaltliche und räumliche Orientierung
- Informationen zu konkreten Zielen und zur Nachhaltigkeitsphilosophie: Was ist unser Beitrag?
- Sanfte Einleitung in die Geschichte, das Erlebnis, das folgende Ereignis

3. Spannungsaufbau und Akte

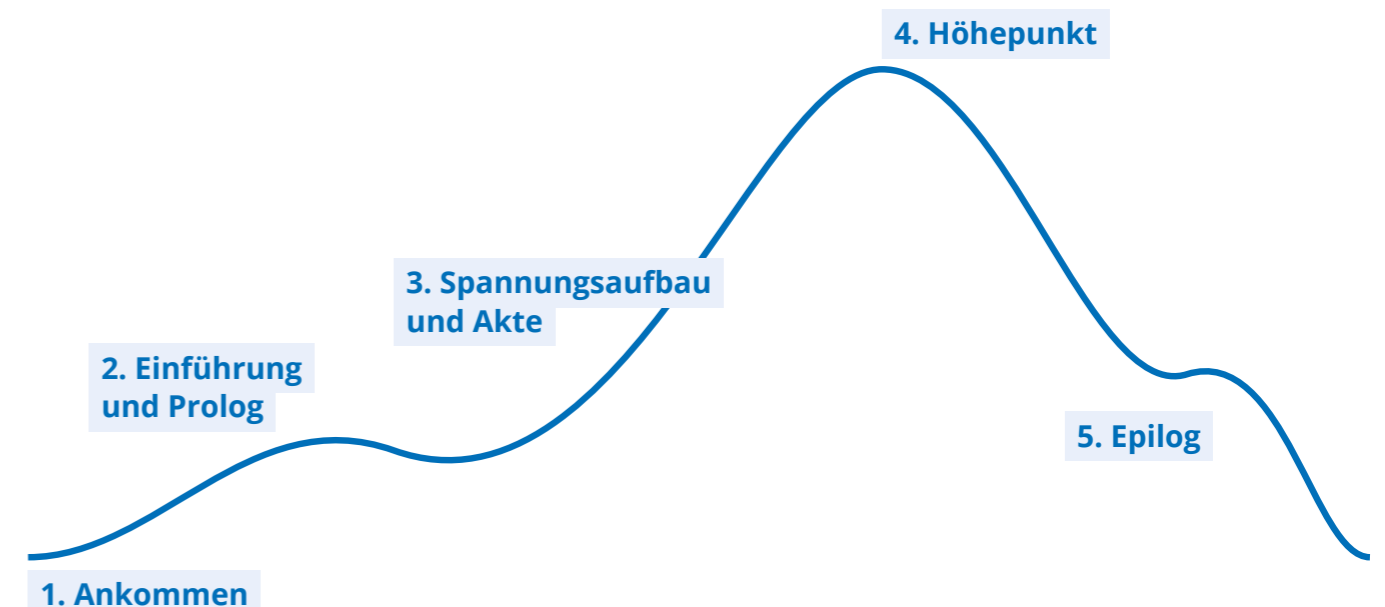
- Eintauchen in die Geschichte
- Fokus auf die Handlung
- Nachhaltigkeit wird bei jedem Programmpunkt aktiv mitgedacht und eingebracht
- Die einzelnen Stationen dienen dem stetigen Spannungsaufbau bis zum Höhepunkt
- Die Stationen und Themen sind Wegbereiter für das große emotionale Erlebnis

4. Höhepunkt

- Einlösen von Erwartungen
- Hinführen zum Staunen, dem Erlebnis und dem Einzigartigen
- Der Höhepunkt als "besonderer Ort"
- Zeit und Raum lassen für den besonderen Moment

5. Epilog

- Ausklingen lassen und Entspannung
- Reflexion, Rückblick und Zusammenfassung
- Essen und Trinken für den regionalen Genuss
- Geheimtipps zu weiteren Erlebnissen und lokalen Einkaufsmöglichkeiten



Drehbuch Beispiel

		Canyoning durch „Wasserkraft“	
		Titel / Thema	Hannes Mustermann Pöckstein, ca. 2,5 Stunden
timeline		Name des Guides: Ort / Dauer	Hannes Mustermann Pöckstein, ca. 2,5 Stunden
		Spannungsbogen	Details zur Inszenierung
	Treffpunkt / Erreichbarkeit	Der regionale Linienbus, führt durch das ganze Gailtal und bleibt laut Busplan in Hermagor Ullrichsbrunn stehen. Dieser bringt Sie direkt zum Plöckenhaus und somit zum Ausgangspunkt der Canyoning Tour. Unser Guide erwartet Sie direkt beim Ausstieg. <i>Hermagor Bahnhof um 8:35 – Plöckenhaus 9:35 Haltestelle</i>	
14:00 - 14:15	Prolog/ Begrüßung	<p><i>Begrüßung</i></p> <p>Heute werden wir gemeinsam die Kraft des Wassers hautnah erleben und auch spüren. Das Wasser in dieser Schlucht wird nur 100 % für die grüne Stromgewinnung für die Region verwendet. Wir werden heute Teil dieser enormen Wasserkraft aber auch aktiver Beobachter mit sehr viel Spaß für alle Teilnehmer:innen, ohne dabei elektrifiziert zu werden! ;-)</p> <p><i>Vorstellung der „nachhaltigen Region“ – was tun wir schon</i></p> <p>Bereits 1886 wurde das erste Wasserkraftwerk in Kötschach gebaut. Heute bilden insgesamt 21 Kleinkraftwerke – die sich alle in Privatbesitz befinden – ein optimal genütztes Netzwerk. Die ökologisch angelegten Stauräume im Plöckengebiet ergänzen das „energieautarke Versorgungssystem“ als optimale Energiespeicher.</p> <p><i>Beschreibung des Programmmoduls (Nachhaltigkeit?)</i></p> <p>Einweisung usw. muss standardmäßig erfolgen</p>	
14:15 - 15:15	Akte/ Stationen – vor Höhepunkt	<p>In der Schlucht selbst gibt es wenige Möglichkeiten, Storys diesbezüglich zu erzählen. Hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab, wie zum Beispiel, Gruppengröße, Temperatur, Wetter, Wasserstand, Lautstärke usw.</p> <p>Grundsätzliche Möglichkeit dafür gibt es, am Anfang bei der Einweisung, im Mittelteil und am Ende der Tour. Wo man dann sicherlich den weiteren Verlauf des Wassers zum Speicherteich und die weitere Vorgehensweise der Stromgewinnung erklären kann.</p>	
15:15 - 15:45	Höhepunkt	<p><i>Während der Tour spüren wir zu 100 % die Wasserkraft ...</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Wir lassen uns über Naturrutschen in Wassertümpel treiben. - Wir versuchen gegen die Strömung zu schwimmen und erleben die Kräfte des Wassers hautnah am eigenen Körper. <p><i>Info:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Das Wasser in der Schlucht ist nur Restwasser zwischen den Grünsee und dem Wasserkraftwerk Kreutratte am Ende der Grünseeschlucht - Beide „Speicherteiche“ sind mit einer Druckrohrleitung verbunden und der Wasserdruck kann je nach gewünschter Leistung reguliert werden. - Rund 1.400 Haushalte können durch diese Wasserkraftwerke ein gesamtes Jahr mit Strom versorgt werden. 	

		Canyoning durch „Wasserkraft“	
		Titel / Thema	Hannes Mustermann Pöckstein, ca. 2,5 Stunden
timeline		Name des Guides: Ort / Dauer	Hannes Mustermann Pöckstein, ca. 2,5 Stunden
		Spannungsbogen	Details zur Inszenierung
15:45 - 16:15	Akte (nach Höhepunkt)	<p><i>Beschreibung der Acts/Stationen nach dem Höhepunkt – wo wird was erzählt, wie wird Nachhaltigkeit eingebunden</i></p> <p>Mitte der Tour: Wasserkraft, Energiebereitstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> - 21 Wasserkraftwerke - 60GWh / Jahr - 2 Windräder am Plöckenpass - 1,4 GWh / Jahr <p>Gesamt 61,4 GWh – damit können insgesamt rund 17.000 Haushalte ein gesamtes Jahr mit Strom versorgt werden.</p>	
16:15 - 16:30	Epilog/ Verabschiedung	<p><i>Beschreibung der Verabschiedung (Kurze Zusammenfassung der Tour – was haben wir erlebt, Hinweis auf weitere nachhaltige Programme in der Region, Hinweis auf regionale Produkte/Einkaufsmöglichkeiten etc.)</i></p> <p><i>Ende der Tour: Verknüpfung ...</i></p> <p>Heute waren wir Teil der Stromgewinnung aus 100 % purer Wasserkraft in der grünen Batterie Kärntens.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besichtigung der Windräder am Plöckenpass - Infos und Weiterleitung - die Carnica Biene im Valentin Tal - Erlebnisimkerei, Arno Kronhofer - Regionale Produkte beim Edelgreißler, Herwig Ertl - Floßfahrt mit Trinkwasserqualität am Weißensee 	



Kärnten Werbung GmbH | Urlaubsregionen Nassfeld-Presssegger See / Lesachtal / Weissensee

Quelle: Musterbeispiel aus dem Pilotprojekt „Green Experiences“ der Urlaubsregionen Nassfeld-Presssegger See / Lesachtal / Weissensee.

Anbieter: Bergsport Südalpen.

Basierend auf den Magischen Momenten der ARGE Naturerlebnis; erstellt von Siegel&Kaiser und Martin Dueller.



Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabentheiner

Zielgruppe und Anwendung der Checkliste

Die Checkliste hilft Ihnen als Erlebnisanbieter:in dabei, die Nachhaltigkeit Ihrer Programme mit System zu überprüfen und zu verbessern. Die Maßnahmen orientieren sich am offiziellen Leitfaden der Hochschule Luzern (HSLU). Sie wurden mit den sechs Handlungsfeldern aus dem Leitfaden abgestimmt, um Ihnen einen einfachen Einstieg ins Thema zu bieten.

Indem Sie die Checkliste ausfüllen, erhalten Sie einen direkten Überblick zum Status Quo Ihrer Erlebnisangebote: Wo sind Sie bereits stark aufgestellt? Wo lohnt es sich, im Sinne der Nachhaltigkeit noch einmal nachzuschärfen?

Die Checkliste soll für Sie ein lebendiges Arbeitsinstrument sein. So können Sie etwa im Abstand von 1-2 Jahren überprüfen, wo Sie sich bereits gut weiterentwickelt haben. Außerdem kann es spannend sein, sich eine externe Bewertung von Partner:innen oder auch Gästen einzuholen, um neue Blickwinkel zu gewinnen.

Wichtig ist bei allen Maßnahmen: Es muss nicht perfekt sein. Auch kleine Schritte zählen.

In den Anmerkungen können Sie festhalten, warum eine Maßnahme aktuell noch nicht umsetzbar ist (z.B. kein Budget oder aufgrund fehlender Öffi-Verbindungen nicht machbar). Aber auch hier gilt: Dranbleiben lohnt sich.

Bei den einzelnen Abschnitten finden Sie jeweils die passende Seitenzahl der Kapitel im Leitfaden für nachhaltige Erlebnisangebote. Dort können Sie tiefer eintauchen und neue Inspiration sammeln.

Tipp: Starten Sie neue Angebote als „Prototypen“. Mit solchen Testballons führen Sie Ideen mit minimalem Aufwand am Markt ein, lernen aus Erfahrungen und optimieren laufend.

Fragen Sie sich: Wie sieht die einfachste Variante aus? Welche Ressourcen sind da? So knüpfen Sie passende Partnerschaften und merken sofort, was für Gäste und Region funktioniert – und wo Sie noch nachschärfen dürfen.

Attraktive Erlebnisgestaltung

Leitfaden S. 18

Maßnahme erfüllt
Teilweise erfüllt
Nicht erfüllt
Nicht relevant
Anmerkung

Konzept und strategische Ausrichtung

Ist Nachhaltigkeit fest im Programm verankert (z.B. internes Drehbuch)?

Liegt Ihr Fokus auf besonderem Kundennutzen und regionalem Bezug?

Ist die langfristige wirtschaftliche Nachhaltigkeit gegeben?

Regionalität und Authentizität

Wird regionale Wertschöpfung generiert?

Steigert das Programm die Aufenthaltsattraktivität für Besucher:innen?

Qualitätssicherung und Sicherheit

Werden spezielle Bedürfnisse (z.B. barrierefrei, familienfreundlich) berücksichtigt?

Gibt es dazu eine transparente Information online und vor Ort?

Erfolgt eine jährliche Evaluation (Gäste, Team, Region bzw. Partner:innen)?

Ist ein Krisenmanagement-Konzept für Notfälle vorhanden und allen bekannt?

Mitarbeitende und Guides als Herzstück

Leitfaden S. 20

Maßnahme erfüllt
Teilweise erfüllt
Nicht erfüllt
Nicht relevant
Anmerkung

Wissen als Grundlage	Maßnahme erfüllt	Teilweise erfüllt	Nicht erfüllt	Nicht relevant	Anmerkung
Ist Ihnen die Nachhaltigkeitsphilosophie der Region bekannt und wird sie gelebt?					
Nehmen Sie regelmäßig an relevanten Infoveranstaltungen der Region teil?					
Faires Arbeitsumfeld					
Bekennen Sie sich klar zu Toleranz und gesellschaftlicher Diversität?					
Achten Sie auf faire Arbeitsbedingungen (z.B. Lohn, Gesundheit)?					



Kärnten Werbung GmbH | Michael Stabenheiner

Regionalität und Saisonalität

Leitfaden S. 22

Maßnahme erfüllt
Teilweise erfüllt
Nicht erfüllt
Nicht relevant
Anmerkung

Vernetzung und regionale Kultur	Maßnahme erfüllt	Teilweise erfüllt	Nicht erfüllt	Nicht relevant	Anmerkung
Tauschen Sie sich regelmäßig mit allen wichtigen Interessensgruppen aus?					
Fördern Sie aktiv den Austausch zwischen Gästen und Einheimischen?					
Binden Sie lokale Kultur ein (z.B. Brauchtum) und achten Sie auf Authentizität?					
Vermitteln Sie regionale Kulturgüter (z.B. Bauwerke, Sprache, Veranstaltungen)?					
Regionale Wirtschaft und Kulinarik					
Geben Sie regionalen Partner:innen, Produkten und Dienstleistungen den Vorrang?					
Informieren Sie Gäste aktiv über lokale Produzent:innen und Einkaufsmöglichkeiten?					
Liegt der Fokus bei kulinarischen Angeboten auf Regionalität, Saisonalität und Bio?					

Nachhaltige Mobilität

Leitfaden S. 24

Maßnahme erfüllt
Teilweise erfüllt
Nicht erfüllt
Nicht relevant
Anmerkung

Anreise und Erreichbarkeit	Maßnahme erfüllt	Teilweise erfüllt	Nicht erfüllt	Nicht relevant	Anmerkung
Ist der Ausgangspunkt öffentlich erreichbar (inkl. abgestimmter Treffpunkte/Zeiten)?					
Motivieren Sie Teilnehmer:innen aktiv zur öffentlichen Anreise (z.B. Website, Programminfo)?					
Mobilität im Programm					
Setzen Sie während des Programms auf nachhaltige Mobilität (z.B. zu Fuß, Fahrrad, ÖPNV, Shuttles oder Carsharing)?					

Naturschutz und sorgsamer Umgang mit Ressourcen

Leitfaden S. 26

Maßnahme erfüllt
Teilweise erfüllt
Nicht erfüllt
Nicht relevant
Anmerkung

Naturschutz	Maßnahme erfüllt	Teilweise erfüllt	Nicht erfüllt	Nicht relevant	Anmerkung
Nehmen Sie Rücksicht auf sensible Schutzgebiete und natürliche Gegebenheiten (z.B. Brutzeiten)?					
Achten Sie auf den verantwortungsvollen Umgang bei Wildtiererlebnissen (ggf. Prüfung durch Naturschutzorganisation)?					
Halten Sie klare Vorgaben für maximale Teilnehmerzahlen ein?					
Ressourcenschonung					
Gehen Sie bewusst mit Energie um (z.B. Energiesparmaßnahmen, regenerative Quellen)?					
Sind Sie sorgsam im Umgang mit Wasser (z.B. Verbrauchsreduktion, Verunreinigung)?					
Weisen Sie auf die hohe Trinkwasserqualität des Kärntner Leitungswassers hin?					
Reduzieren Sie aktiv Abfall im Programm?					
Gibt es ein Angebot zur Mülltrennung für Gäste?					

Kommunikation und Bewusstseinsbildung

Leitfaden S. 28

Maßnahme erfüllt
Teilweise erfüllt
Nicht erfüllt
Nicht relevant
Anmerkung

Gästeinformation und Transparenz	Maßnahme erfüllt	Teilweise erfüllt	Nicht erfüllt	Nicht relevant	Anmerkung
Informieren Sie Gäste aktiv und sichtbar über Nachhaltigkeitsaspekte?					
Weisen Sie Teilnehmer:innen auf ihren positiven Beitrag zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit hin?					
Wissensvermittlung					
Weisen Sie aktiv auf lokale Schutzgebiete und deren Besonderheiten hin?					
Greifen Sie spezifische Themen (z.B. Klimawandel, Biodiversität) im Programm auf?					






Nachhaltigkeit für
KÄRNTEN



Kärnten Werbung GmbH | Franz Gerdt

www.nachhaltiges-kaernten.at/green-experiences

Mit Unterstützung von Bund, Land und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Klima- und Umweltschutz,
Regionen und Wasserwirtschaft

WIR leben Land
Gemeinsame Agrarpolitik Österreich

LAND  KÄRNTEN


Kofinanziert von der
Europäischen Union