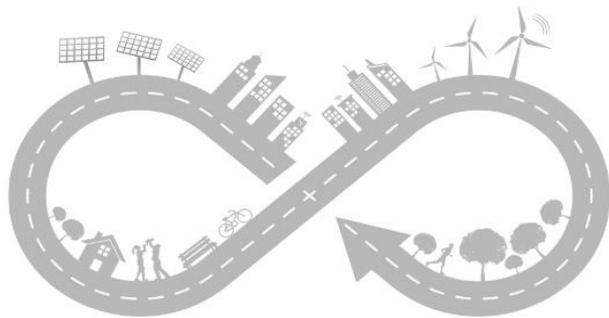




# WANN, WENN NICHT JETZT

## CSR | Nachhaltigkeitskonzept



„Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus!“  
Für einen attraktiven Lebens-, Erholungs- und Erlebnisraum.  
Echt. Hochwertig.

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Zusammenfassung.....	4
Warum beschäftigen wir uns mit CSR- und Umweltthemen.....	5
CSR-/Umweltmotto: „Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“.....	5
Wer wir sind.....	5
Unternehmen / Organisation.....	5
Standorte.....	6
Wichtige Partnerschaften im Tourismus.....	6
Was uns als Tourismusregion besonders macht.....	7
Leitbild und Werte.....	8
Unternehmen / Organisation.....	8
Leistungen und Kernaufgaben der Saalfelden Leogang Touristik GmbH.....	8
Entwicklung der Tourismusstrategie für Region SALE (mit Integration nachhaltigkeitsrelevanter Schwerpunkte).....	9
Touristisches Marketing.....	9
Infrastrukturelle Attraktivierung.....	9
Schaffung und Entwicklung marktgerechter Angebote.....	9
Gästebetreuung.....	9
Veranstaltungsmanagement.....	9
Wichtige Dialoggruppen in der Tourismusregion.....	9
Ausgangslage / IST-Situation.....	10
Was hat die Saalfelden Leogang Touristik im Bereich Nachhaltigkeit schon realisiert?.....	10
Überblick CSR-Organisation.....	14
Zuständigkeiten und Verankerung in der Organisation.....	14
Vision/Mission/Zielsetzungen CSR-/Umweltkonzept:.....	15
Vision:    Wer sind wir in Bezug auf Umwelt und Gesellschaft?.....	15
Mission: Was machen wir? Was wollen wir erreichen?.....	15
Strategische Ausrichtung: Welche Innovationen sind erfolgreich? Bieten wir die richtigen Leistungen? Sind Prozesse richtig umgesetzt?.....	16
Nachhaltigkeits Strategie.....	16
360 Grad Blick.....	16
Ausschuss und Aufsichtsrat als Nachhaltigkeitsboards.....	16

Fokusjahre als Verstärker .....	16
Transparenz und Austausch .....	17
Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit für die Saalfelden Leogang Touristik GmbH.....	17
Beschaffung .....	17
Umwelt .....	17
Regionalität .....	17
Attraktiver und fairer Arbeitgeber sein .....	17
Bewusstseinschaffung und gezielte Öffentlichkeitsarbeit .....	17
CO2 Kompensation und Reduzierung.....	18
Ziele .....	18
Kurzfristige Ziele (2020-22) .....	18
Mittelfristige Ziele (2022 bis 2025).....	19
Langfristige Ziele (2022 bis 2030) .....	19
Fokusjahre (2023-26).....	19
Maßnahmen-Plan:.....	21
Maßnahmen 2021-aktuell .....	21
Auswirkung von Maßnahmen auf Umweltseite .....	22
Kommunikationsplan.....	22
Allgemeines:.....	22
MitarbeiterInnen: .....	23
Mitglieder/Gäste:.....	23
Zahlen / Daten / Fakten: .....	23
Messgrößen / zu verfolgende Kennzahlen (mind. 1x p.a.): .....	23
Zukunft.....	26
Bearbeitungsverlauf .....	26
Verfasser.....	26

## Vorwort

**Saalfelden Leogang ist beispielgebend für einen attraktiven Lebensraum.** Hinter diesen acht Wörtern versteckt sich das große Ziel und die Ausrichtung einer gesamten Tourismusregion. Die Region, mit dem Tourismus als Motor und Antreiber, soll sich nachhaltiger orientieren. Ein attraktiver Lebensraum beinhaltet ebenso vielschichtige Themen wie im Bereich Nachhaltigkeit. Dies reicht von Infrastruktur, Natur- und Umweltschutz, Zukunftsplanung, Tourismusgesinnung, Geschäftsmodellen, Regionalen Wertschöpfungen, bis hin zu Förderung von regionaler Kultur, Landwirtschaft in Bio-Qualität und vielem mehr. Dieser Prozess geschieht nicht von heute auf morgen. Wir starten in Anbetracht der wissenschaftlichen Fakten zur Klima- und Biodiversitätskrise zu spät. Unsere Welt braucht einen Wandel. Als touristische Region möchten wir hier nicht tatenlos am Spielfeldrand stehen, sondern uns aktiv einbringen. Partner motivieren, Problematiken aufzeigen und in unserer Region beispielgebend Maßnahmen umsetzen.

Unser CSR Nachhaltigkeitskonzept ist ein Dokument welches stetig weiterentwickelt und aktualisiert wird. 2021 wurde mit Hilfe einer Förderung des Umweltservice Salzburg gestartet. In Workshops wurden die Grundlagen geschaffen und erste Maßnahmen festgelegt. Zum Beispiel die Einrichtung eines innerbetrieblichen Nachhaltigkeitsteams. Überlegungen zur Rollenverteilung und Implementierung in unseren täglichen Arbeitsalltag. Jedes Jahr wurde unser Nachhaltigkeitskonzept um Ideen, Maßnahmen (erfüllte und geplante) erweitert.

2023 wird unser CSR Nachhaltigkeitskonzept veröffentlicht. Es wird frei für alle zugänglich sein und unseren Weg, die Richtung und unsere Strategie beinhalten. Im Rahmen unseres Aufgabengebiet der Nachhaltigkeit wird es jedes Jahr neu durchleuchtet werden. Gemeinsam mit Stakeholdern wird diskutiert und evaluiert. Wo stehen wir, wie zufrieden sind wir mit unseren geplanten und gesetzten Maßnahmen.

## Zusammenfassung

Unternehmerische Verantwortung als Tourismusdestination in einer der schönsten alpinen Regionen Europas heißt für uns „Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“ – für einen attraktiven Lebens-, Erholungs- und Erlebnisraum. Echt. Hochwertig.

Wir begeistern unsere Gäste, MitarbeiterInnen, Mitglieder und Partner für nachhaltige Möglichkeiten im Urlaub und in deren Betrieben.

Mit unserem Motto „Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“ gehen wir einen aktiven Weg und setzen in den unterschiedlichsten Bereichen gemeinsam mit unseren Gästen, Mitarbeiter:innen, Betrieben der Region und Partnern kontinuierlich unser Konzept um:

- ✓ Wir bieten unseren Mitgliedsbetrieben der Tourismusregion Saalfelden Leogang beste Services zum Thema CSR-/Nachhaltigkeit an und unterstützen diese bei ihrer nachhaltigen Ausrichtung. Wir fördern und unterstützen die Zertifizierung von Betrieben.
- ✓ Im Produkt- und Leistungsangebot entwickeln wir den Bedürfnissen der Gäste und Betriebe sowie deren MitarbeiterInnen entsprechend neue nachhaltige Produkte und Leistungen sowie Bildungsangebote mit Schwerpunkt auf nachhaltige Betriebsführung und CSR.
- ✓ Die Zusammenarbeit mit lokalen und regionalen Produzenten und Dienstleistern wird ständig erweitert, um die regionale Wertschöpfung zu fördern und um lange Transportwege zu vermeiden.
- ✓ Wir entwickeln gemeinsam mit unseren Partnern die Mobilität innerhalb und in die Region weiter.
- ✓ Im eigenen Verwaltungsbereich optimieren wir den Ressourceneinsatz an Energie, Papier und Drucksorten sowie bei Verpackungen.
- ✓ In den Bereichen Wasser- und Energieverbrauch, Reinigung, Hygiene sowie Abfallsammlung und -trennung versuchen wir kontinuierlich weitere Verbesserungen zu erreichen. Die Verwendung von ausschließlich umweltverträglichen Reinigungsmitteln bis hin zu einem vollständigen Recyclingsystem sind unser Ziel.
- ✓ Veranstaltungen werden so umweltverträglich wie möglich geplant, vorbereitet und umgesetzt. Viele Veranstaltungen werden bereits als green events durchgeführt.
- ✓ Vorbildfunktion für andere Betriebe und Regionen, wie ein Weg zu mehr Nachhaltigkeit aussehen kann.
- ✓ Transparente Kommunikation mit öffentlich zugänglichen Unterlagen und Wissensaustausch mit Interessierten
- ✓ Vernetzung von Partnern aus verschiedenen Bereichen, um eine Plattform zur Zusammenarbeit zu bieten. Themen anzustoßen und gemeinsam mit unseren Partnern daran zu arbeiten.
- ✓ Wissensvermittlung zu den vielschichtigen Themen der Nachhaltigkeit und Klimakrise.
- ✓ Motivation unserer Partner sich ebenso dem Thema Nachhaltigkeit zu widmen, es aufzugreifen und in den Unternehmen zu verankern.
- ✓ Mittelfristig streben wir eine Zertifizierung zum Umweltzeichen als Tourismusdestination an. Aktuell nehmen wir dazu an einer Pilotstudie als Partnerdestination teil.

## Warum beschäftigen wir uns mit CSR- und Umweltthemen

### CSR-/Umweltmotto: „Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“

Aus Respekt vor der Natur und zum Erhalt der alpinen Region aber auch auf globaler Ebene übernehmen wir bewusst Verantwortung für unsere nachfolgende Generation, unsere betrieblichen Partner, unsere Mitglieder und Gäste sowie für unsere Umwelt und gesellschaftlichen Anspruchsgruppen. Als Arbeitgeber haben wir Verantwortung gegenüber unseren langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

„Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“ heißt bei uns verantwortungsvoller Umgang mit unserer Natur, mit Ressourcen und Energie. Klima- und Umweltschutz ist in der Region Saalfelden Leogang nicht nur ein Schlagwort, schon lange wird bewusst und aus Hausverstand in eine nachhaltige und ressourcenschonende Betriebsführung investiert.

Diesen Weg möchten wir 2021 als Pilotpartnerregion mit möglicher Umweltzertifizierung zum österreichischen Umweltzeichen für Tourismusdestinationen fortsetzen.

Die jährliche Festlegung von Maßnahmen zur weiteren Verbesserung von Energie- und Ressourceneffizienz, die laufende Reduzierung von Umwelteinwirkungen in der Region Saalfelden Leogang sowie die kontinuierliche Überprüfung dieser Maßnahmen soll Saalfelden Leogang zu einer nachhaltig orientierten Vorzeige-Tourismusdestination im Alpenraum entwickeln.

## Wer wir sind

### Unternehmen / Organisation

#### **Organigramm und verbundene Unternehmen / Veranstaltungen**

Saalfelden Leogang Touristik GmbH

Saalfelden Leogang Event GmbH (100 %)

Congress & Stadtmarketing Saalfelden (24 %)

Infrastruktur GmbH (25%)

Jazz Festival Saalfelden gemeinsam mit Verein Zentrum Zeitgenössischer Musik

UCI Mountain Bike World Cup gemeinsam mit Leoganger Bergbahnen

# SAALFELDEN LEOGANG TOURISTIK GMBH

## FUNKTIONÄRE & SITZUNGEN



CSR-/Nachhaltigkeitsverantwortliche/r: Thomas Wurzinger

CSR-/Nachhaltigkeitsteam: Marco Pointner, Martina Ellmayer

## Standorte

Die Saalfelden Leogang Touristik ist an den Standorten Saalfelden und Leogang mit einem Tourismusbüro vertreten und bei Veranstaltungen an unterschiedlichen Locations.

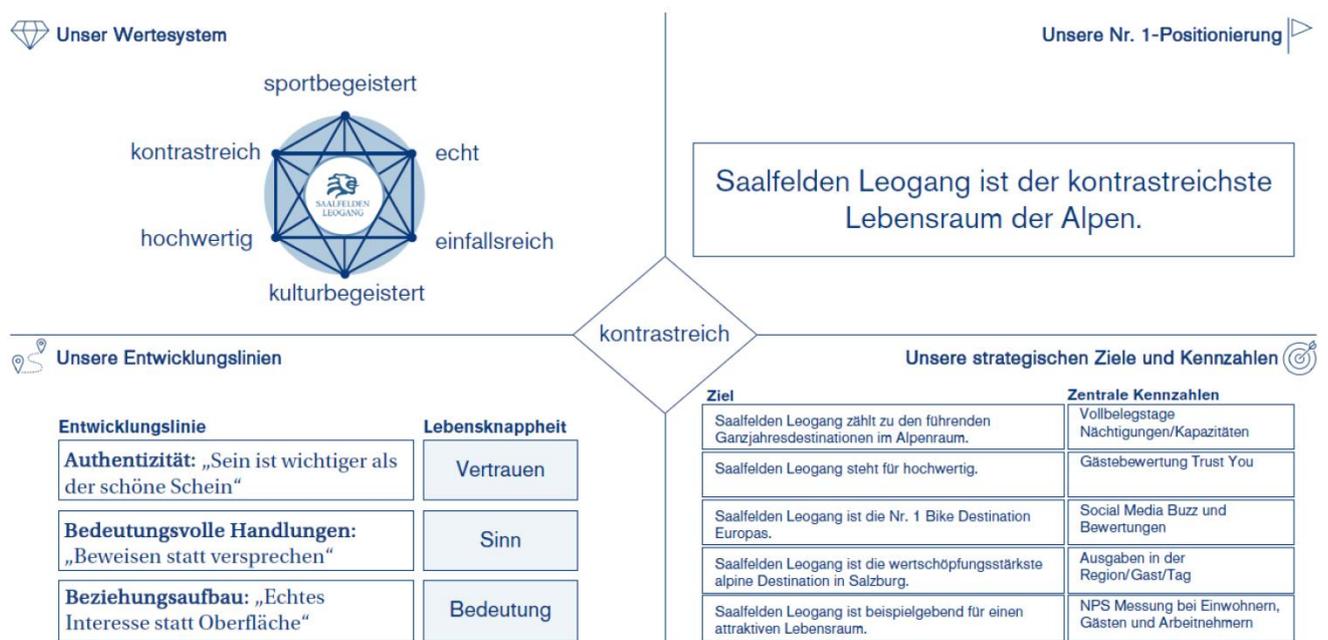
## Wichtige Partnerschaften im Tourismus

Wesentliche Partnerschaften und Kooperationen ergeben sich auf regionaler Ebene mit den Tourismusbetrieben, den Bergbahnen Leogang, der Stadtgemeinde Saalfelden und der Gemeinde Leogang, diversen Vereinen und

Organisationen in den Bereichen Kultur, Sport, Klima- und Energie (CE4T, KEM, KLAR, LEADER), und sonstigen tourismusnahen Organisationen (z.B. work4us, SLT, ÖW, ...).

## Was uns als Tourismusregion besonders macht

„Urlaub. So wie ich will.“ Das ist das Motto von Saalfelden Leogang. Hier soll jeder Urlauber seinen Aufenthalt so gestalten, wie er es will. Im kontrastreichsten Lebensraum der Alpen, rund 70 Kilometer südwestlich der Stadt Salzburg ist genau das möglich: Denn in Saalfelden Leogang trifft ganz viel Genuss auf wunderbare Naturerlebnisse. Umgeben von den Leoganger Steinbergen und dem Steinernen Meer wartet ein vielfältiges Angebot von Sport, über Wellness bis hin zur Kultur. In Österreichs größter Bikeregion kommen Rad-Fans aller Levels, Mountainbiker und Genussradler voll auf ihre Kosten – und das mit einem gemeinsamen Bike-Ticket. Familien können auf dem „Berg der Sinne“ eine abenteuerliche Reise erleben und unter anderem das Naturkino und die TONspur-Inseln besuchen. Für Musikliebhaber steht ein sommerliches Kulturprogramm zur Auswahl: das Jazzfestival Saalfelden, die „TONspuren am Asitz“-Konzerte und die ALM:KULTUR. Ein echter Tipp: Die besten Vorteile und freien Eintritt erhalten Gäste mit der kostenlosen Saalfelden Leogang Card – und das 365 Tage im Jahr.



# Leitbild und Werte

## Unternehmen / Organisation

„Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“ – Für einen attraktiven Lebens-, Erholungs- und Erlebnisraum, echt und hochwertig.

### MARKE / POSITIONIERUNG & WERTE

**Saalfelden Leogang ist der kontrastreichste Lebensraum der Alpen.**



Nachhaltigkeit als Chance für einen innovativen und verantwortungsvollen Tourismus sehen muss kein Widerspruch sein, sondern ist Voraussetzung, um langfristig die Ansprüche an die Positionierung der Marke entlang der Kernwerte sicherzustellen. Zieldefinitionen dürfen sich nicht nur an wirtschaftlichen Kriterien orientieren, sondern müssen ökologische und gesellschaftliche Kriterien gleichwertig berücksichtigen. So wird ein hochwertiger Tourismus mit einer nachhaltigen Lebens- und Erlebnisqualität für alle Dialoggruppen der Region auf Dauer ermöglicht.

Die „Ziel-Persona“ für die Region SALE ist über mehrere Themen mit dem Bereich/Begriff Nachhaltigkeit verknüpft. Er/Sie kommt aus nahen Märkten (DE, AT), eine nachhaltige Anreise ist leicht möglich. Eine nachhaltige, gesundheits- und umweltbewusste Lebensweise wird angestrebt, wenngleich kein „missionarischer Eifer“ an den Tag gelegt wird. Bio- bzw. regionale Produkte oder Fairtrade-Angebote sowie Naturheilverfahren werden geschätzt. Die Ziel Persona setzt bewusst auf das Europäische und österreichische Umweltzeichen. Folgende Bedürfnisse stehen im Vordergrund: Einfachheit (weniger ist mehr), Erlebnisse in einer intakten Natur, Authentizität statt Inszenierung, regionale Besonderheiten (SINN-Stiftung), Beitrag zum Klima-/Umweltschutz leisten („Beruhigung des Seelenheils“).

### Leistungen und Kernaufgaben der Saalfelden Leogang Touristik GmbH

Zu den Aufgaben eines Tourismusverbandes zählen insbesondere die tourismusstrategische Planung für das Verbandsgebiet (mit Integration nachhaltigkeitsrelevanter Schwerpunkte), das touristische Marketing, die infrastrukturelle Attraktivierung der jeweiligen Region sowie die Unterstützung der Mitglieder bei der Schaffung eines marktgerechten Angebotes, die Gästebetreuung und das Veranstaltungsmanagement. Nachfolgend werden je Aufgabengebiet Themen mit Nachhaltigkeitsbezug aufgelistet:

## Entwicklung der Tourismusstrategie für Region SALE (mit Integration nachhaltigkeitsrelevanter Schwerpunkte)

- Regelmäßige Evaluierung der Nachhaltigkeitsstrategie
- Motivation und Umsetzung mit Partnern
- Weiterentwicklung und gleichzeitig Erhalt des Lebensraums
- Vermittler und Brückenbauer bei konträren Themen

## Touristisches Marketing

- Mittransport der nachhaltigen Werte in den Kampagnen (Print und Online)
- Ressourcenschonende Werbeformen
- Regelwerk für Contentproduktionen im Sinne der Nachhaltigkeit (Respektiere deine Grenzen, Müllvermeidung)

## Infrastrukturelle Attraktivierung

- Förderung der Anreise mit Öffentlichen Verkehrsmitteln

## Schaffung und Entwicklung marktgerechter Angebote

- Ganzjährige Angebote (365 Tage Aktiv & Kreativ Programm)
- Wissensvermittlung zu den Themen Nachhaltigkeit, Umwelt und Klimakrise
- Weiterer Ausbau von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben mit Umweltzeichen
- Verzicht auf übertriebene Inszenierungen (Einfach Wandern)

## Gästebetreuung

- Informationen zur Region, Anreisemöglichkeiten und verschiedenen Aktivitäten
- Hinweis auf ressourcenschonenden Umgang und Müllvermeidung (bei Wanderungen)

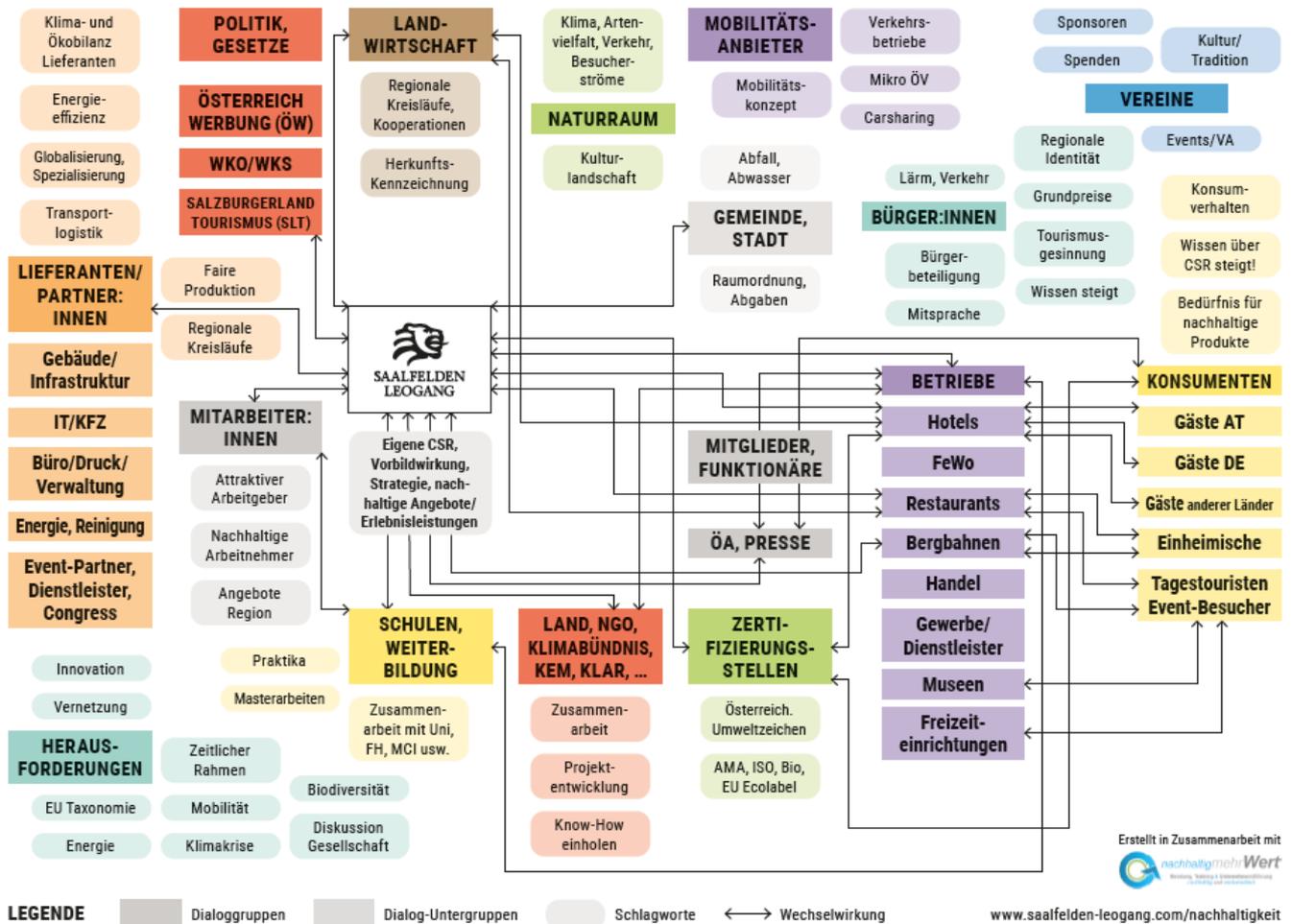
## Veranstaltungsmanagement

- Durchführen von Green events und green meetings
- Gesellschaftliche und Umweltaspekte bei Großveranstaltungen vermitteln
- Mobilitätsangebot bei Großveranstaltungen ausbauen (Shuttle, Öffentliche Anreise)

## Wichtige Dialoggruppen in der Tourismusregion

Übersicht CSR-/Nachhaltigkeitsrelevanter Dialoggruppen der SALE Touristik GmbH und nahestehender Organisationen (z.B. für Veranstaltungen, ...)

# CSR / NACHHALTIGKEIT IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE, DIALOGGRUPPEN



## Ausgangslage / IST-Situation

### Was hat die Saalfelden Leogang Touristik im Bereich Nachhaltigkeit schon realisiert?

Als regionale Organisation im Bundesland Salzburg mit seiner einzigartigen Natur hat die Saalfelden Leogang Touristik immer schon auf ein ausgewogenes Leben und Arbeiten und einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen gesetzt.

So wurden durch die Saalfelden Leogang Touristik vielen Bereichen bereits umwelt- und gesellschaftlich relevante Aspekte umgesetzt:

- **Produkte und Leistungen mit Nachhaltigkeitsbezug:**
  - Entwicklung und Integration des Themas „Nachhaltigkeit“ im Markenbildungs- und Strategieprozess 2015 (Begriff „Neoökologie“)
  - Betriebs-Check Nachhaltigkeit 2016 und 2020 (mit 10 Leitbetrieben der Region)
  - Daraus entstanden bis heute ca. 10 Zertifizierungen zum Österreichischen Umweltzeichen von Hotelbetrieben und Congress Saalfelden
  - Entwicklung der Produktmarke „Echt. Gsund. Guad“ (ehemals „Echt aus der Region“) 2015 zur Förderung regionaler Produkte aus Landwirtschaft und Verarbeitung

- Umsetzung von Veranstaltungen als zertifizierte Green-Events (UCI Mountain Bike Worldcup und WM, Nordic Park Experience, Ski-Marathon, Regionalitäts-Messe)
  - 2020 Start Wiederholung Betriebs-Effizienz-Checks Nachhaltigkeit
  - 2021 Start Entwicklung CSR-/Nachhaltigkeitskonzept für eigene Tourismusverbandsbüros und Destination Saalfelden Leogang
  - 2021 Teilnahme als Pilotregion zur Erreichung des Österreichischen Umweltzeichens für Tourismusdestinationen
  - 2021 Teilnahme am Programm CE4T (Clean Energy for Tourism) und 100% Energieautark im Pinzgau.
  - Nachhaltiger Trailbau im Bikepark und bei Wanderwegen (schonende Errichtung und Erhaltung)
  - Regionalitäts-Messe (jährlich im September)
  - Ab April 2021 eigene Website Nachhaltigkeit und eigene Marketingkategorie „Umweltzeichenbetriebe“
- **Art der Energieversorgung und Energieeinsatz:**
    - **Büro Saalfelden und Büro Leogang:**
      - 100% Elektrische Energieversorgung aus erneuerbarer Energie
      - Einsatz energieeffizienter Geräte (Kühlschrank, Klimaanlage, Office-Bereich, IT, Technik, ...)
      - Beleuchtung (fast zu Gänze schon LED, weiterer Austausch laufend)
- **Wassereinsatz:**
    - Durchflussbegrenzer bei Großteil der Wasseranlagen (Optimierungspotentiale nutzen)
    - Bei Events (Organisation und Bereitstellung durch Gemeinden, Bergbahn, Bauhof)
- **Mobilität**
    - **Intern (Büros Saalfelden und Leogang):**
      - Alternative Antriebsformen bei KFZ (Elektro, Wasserstoff, Hybrid), Kooperationen mit Volvo, BMW, aktuell Mercedes
      - Elektro Ladestationen (öffentlich) für E-Bikes
      - Elektro Ladestationen (öffentlich) für PKW (derzeit in Planung)
      - Mobilität MitarbeiterInnen (für Geschäftsreisen: ÖBB-Card, Ladekarte Salzburg AG für Lademöglichkeiten)
    - **In Region:**
      - Entwicklung und Umsetzung SALE Card (inkl. ÖFFIS im Pinzgau)
      - Winter: Skibus und Skishuttles der Hotels (teilweise e-mobil)
      - Mobilitätskonzept für Veranstaltungen (im Rahmen von green events verpflichtend)
        - Parkplatz- und Shuttledienste mit VA´s, Bergbahnen, etc.
        - Shuttledienst bei Jazz-Festival (2021 in Kooperation mit Mercedes Elektro-Bussen)
        - Bei Wanderempfehlungen / Langlauf: auf Website bei Anreise Hinweis auf genaue ÖFFIS (nächste Haltestelle) oder Link zu Salzburger Verkehrsbetrieben
        - ÖBB Teilsponsor von Jazzfestival
- **Abfallwirtschaft / Reinigung**
    - **Intern (Büros Saalfelden und Leogang):**
      - Bewusster Einkauf von verpackungsarmen Produkten (Mehrwegverpackung, unverpackte Produkte, Glas, Metall, keine Kunststoffverpackungen)
      - Strikte Mülltrennung in fast allen Bereichen und Zuführung zur Wiederverwertung

- Vorausschauende Einkaufsplanung für wenig Abfälle
- Vermeidung bzw. Reduzierung von erdölbasierten Kunststoffen jeder Art
- Stofftaschen oder aus erneuerbaren, natürlichen Materialien (Jute-Taschen, auch für Mitarbeiter-Veranstaltungen)
- Keine Getränkedosen im Betrieb
- Abfall- und Kartonpresse (Bauhof)
- Nutzung von Reinigungsmitteln aus Umweltzeichen-Positivliste (bei Fremdreinigung Anforderung an Drittanbieter stellen)

**Bei Events/Veranstaltungen:**

- Abfallwirtschaftskonzepte für Events (derzeit nur für green events)
- Papiertaschen (Regionalitäts-Messe, etc.)

● **Regionale Kreisläufe**

- Viele lokale und regionale Lieferanten als Partner (z.B. Latzer, Hutter Druck, ...)
- Durchwegs lokale/regionale Handwerker bei Ausführungen
- Alternativ Lieferanten/Partner aus vernetzten angrenzenden Regionen
- Lokale und BIO-Produkte im Warenkorb (z.B. Regio-Sackerl bei Gästeehrungen, Give-Aways (z.B. Dorfladen, Bauernladen, Schnäpse, Honig, Kreativ-Laden), Mitarbeiter-Aktionen, Milchprodukte, Jause, etc. (z.B. mit regionalen Betrieben gemeinsam),
- Lokale und regionale Produzenten werden bei Produktbeschreibungen erwähnt (Blog, Kurzvideos, Partnerschaften / Netzwerke)
- Auch bei Großhandelseinkäufen werden regionale ökologisch gute Produkte je nach Verfügbarkeit bevorzugt (für Veranstaltungen, Wedl, Brau\_Union, Caterer, Hotels, Gastro)
- Bei Veranstaltungen werden regionale Produkte / Cateringleistungen angeboten
- Förderung lokaler / regionaler Kultur und Kunst durch das Unternehmen (Jazz-Festivals, Kulturverein frei:raum, Advent, ...)
- Einsatz regionaler Materialien (Holz, Stein, Stoffe, ...), z.B. Arbeitskleidung, Wanderstöcke, Give-Aways
- Kennen und Einbinden aller wesentlichen identifizierten Dialoggruppen in der Wertschöpfungskette (Übersicht)
- Vernetzung KEM / LEADER / E5-Gemeinde, Leogang
- Finanzielle Unterstützung von Vereinen / Projekten (z.B. Hüttenführer, Sommerklänge, ...)

● **Artenvielfalt**

- Unterstützung Projekte/Initiativen zum Erhalt der Artenvielfalt (Bienen, Insekten, Schutzgebiete, ...)
- Kein Herbizid- und Pestizideinsatz am Betriebsgelände (in Miete, keine großen Grünflächen vorhanden)
- Nur heimische Gewächse am Betriebsgelände (in Miete)
- Kennen naturschutzrelevanter Gebiete der Region
  - Baumweg
  - Gießner Moor
  - Naturdenkmäler
  - Biberwanderung (auf den Spuren der Biber)
- Heilpflanzenwanderung
- Kräuterhexenküche

● **Büro- und Verwaltungsbereich**

- Viele Drucksorten schon digital verfügbar oder auf umweltverträglichen Papieren
- Energieeffiziente Geräte (PC's, Server, Steuerungen alles neuester Stand der Technik, Labels für energieeffiziente Geräte bevorzugen)??

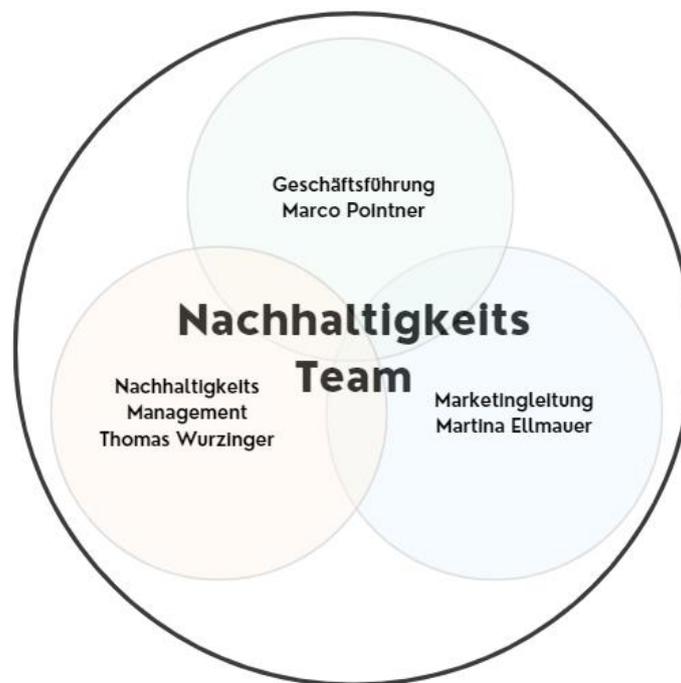
- Bevorzugter Druck bei Umweltzeichen zertifizierten Druckereien
- Klare Mülltrennung in Büros
- Kaffee (fairtrade, Afro Kaffee), Tee (Sonnentor)
- **MitarbeiterInnen / Personalentwicklung / Aufbau Arbeitgebermarke (employer branding)**
  - Workshops für Betriebe der Region zur Entwicklung und Aufbau von Arbeitgebermarken
  - Schulprojekte über Work4us, Maturaarbeiten, Bachelor-/Masterarbeiten
  - Wertschätzende Führungskultur und, regelmäßiger Austausch und Feedback zwischen Geschäftsführung und Abteilungsleitern/Mitarbeitern.
  - Klare Aufbau- und Ablauforganisation mit transparenten Verantwortungs- und Zuständigkeitsbereichen
  - Informationsbroschüre speziell für MitarbeiterInnen (mit Unternehmenskultur, Werten, und allen relevanten Themen für neue MitarbeiterInnen)
  - Keine Diskriminierung (nach Geschlecht, Herkunft, Religion, Ausbildungslevel, Alter,...)
  - Laufende Schulungs- und Personalentwicklungsmaßnahmen individuell möglich (Übernahme Kosten)
  - Teilnahme an regionalen Schulungsprogrammen (together Schulungen, work4us, Regio3)
  - Training on the job: regelmäßige Kurz-Meetings (10 Minuten)
  - Faire Gehälter, Bezahlung durchwegs über Kollektiv
  - Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen
  - Flexible bzw. individuelle Arbeitszeitmodelle (Berücksichtigung work-live-balance, Familienfreundlichkeit für unterschiedliche Zielgruppen)
    - Gleitzeit
    - Home Office Regelung
    - Partnerschaft mit AMS
  - Arbeitsplatzgestaltung (Berücksichtigung von ergonomischen, technischen oder für das Betriebsklima relevanten Faktoren)
    - Arbeitsinspektion, laufend
  - Aktive und präventive betriebliche Gesundheitsvorsorge
    - Z.B. Teilnahme am Sommer-Aktiv Programm
  - strukturierte PraktikantInnenbetreuung, (jährlich 2 Praktikant:innen)
  - MitarbeiterInnen Parkplätze (Vereinbarung mit Hotel Die Hindenburg)
  - Private Nutzung von betrieblichen Einrichtungen (KFZ, E-Bikes, ...) durch MitarbeiterInnen (kostenlos oder reduzierter Preis)
    - Elektro-Auto
  - Nutzung regionaler Infrastruktur (z.B. Mitarbeiter-Card) von Partnerbetrieben der Region
  - 3 x p.a. Mitarbeiterbekleidung
  - Ermäßigungen bei SALE Partnern
- **Tourismusgesinnung / Bodenthematik**
  - Tourismustag (jährlich), alle Betriebe eingeladen, Congress Saalfelden
    - Dialogform: Aktiv-Vorträge
    - bisherige Schwerpunkte:
      - Fachkräftemangel
      - Zukunftsforschung, -trends
      - Mobilität
      - Tourismusforschung
  - Infrastruktur GmbH (zur Sicherung von Wohnraum für Einheimische und MitarbeiterInnen) => Beteiligung TVB
  - Aktive Vereinsarbeit unter anderem bei Veranstaltungen
  - Förderprogramm für heimische Sportler

- Diskussionsplattform Projekt Management Teams (PMT) zu den Themen Nordisch, Bike und Wandern
- **Gesellschaftliches Engagement**
  - Barrierefreie Zugänge
  - Unterstützung lokaler Vereine (Kultur, Sport, Jugend, Umwelt) und sozialer Hilfsorganisationen
  - Betriebsbesuche durch Schulen (Volksschulen)
  - Ausbildungsunterstützung durch aktives Praktikantenmanagement
  - Koordinationsfunktion TVB für viele gesellschaftlich relevante Themen

## Überblick CSR-Organisation

### Zuständigkeiten und Verankerung in der Organisation

Die Zuständigkeiten zu CSR- bzw. umweltrelevanten Themen in der SALE Touristik GmbH wurden festgelegt und sind im nachfolgenden Organigramm dargestellt (Stand April 2023)



**Geschäftsführung:** Regelmäßige Updates zu Ausschuss und Vollversammlung, Politische Gewichtung des Themas (Gemeinden, Land, Sponsoren und Partner), Berücksichtigung Jahresbudgetplanung Nachhaltigkeit, Innovationspotenziale und Vernetzung, Einklang von genereller Strategie und Nachhaltigkeitsstrategie, Weiterentwicklung der Destination, Wirtschaftliche Machbarkeit von Maßnahmen.

**Marketingleitung:** Unterstützung bei einbeziehen in die generelle Themenübergreifende Marketingarbeit, Strategische Positionierung der Marke Saalfelden Leogang, Kontrolle über gesetzte und geplante Maßnahmen (jährlich), personelle Ressourcen falls bei einzelnen Projekten nötig.

**Nachhaltigkeitsmanagement:** Planung (Strategie) bezüglich Nachhaltig orientiertes Saalfelden Leogang, Erarbeitung und Umsetzung von Maßnahmen, Aufbau und Pflege von Partnerschaften, Wissensvermittlung innerhalb und außerhalb der Region, Unterstützung bei innovativen nachhaltigen Projekten von Partnern,

Budgetplanung und Überwachung, Gewichtung der internen Maßnahmenumsetzung, regelmäßiges Feedback Nachhaltigkeits Team

Alle CSR- und umweltrelevanten Themen werden durch die/den CSR-Beauftragte/n einmal jährlich überprüft. Festgelegte Ziele werden auf ihren Zielerreichungsgrad überprüft, der Umsetzungsstatus von Maßnahmen (Aktionsprogramm und CSR-Maßnahmenkatalog kombiniert) gemessen und Kennzahlen ermittelt (IST-Stand, Planerreicherung, Abweichungen, Abweichungsgründe). In einem Regelkreis führt dieser Prozess zu kontinuierlichen Überprüfungen und zur Festlegung weiterer Ziele und notwendiger Maßnahmen. Für einige Kennzahlen aus dem CSR-Bereich müssen noch notwendige Datenbasenermittlungen geschaffen werden.

Auch kontinuierlich stattfindende Partner-/Lieferantengespräche werden genutzt um Qualitätsanforderungen oder Verpackungsthemen (z.B. Art der Verpackung, Verpackungseinheiten, regional, Bio, fairtrade, etc.) zu besprechen und Ziele für das kommende Jahr festzulegen.

## Vision/Mission/Zielsetzungen CSR-/Umweltkonzept:

### Vision: Wer sind wir in Bezug auf Umwelt und Gesellschaft?

Die Saalfelden Leogang Touristik GmbH ist eine ökologisch und gesellschaftlich verantwortungsvolle touristische Leitorganisation in der Region Saalfelden Leogang, welche durch ihre bedeutende Rolle als Tourismusverband einer großen Tourismusdestination auch eine wesentliche Rolle für die nachhaltige Ausrichtung der gesamten Wirtschaft, Gesellschaft aber auch der eigenen betrieblichen Organisation inne hat. Die gesamte Organisation der Saalfelden Leogang Touristik ist sich dieser Rolle bewusst und möchte diese nachhaltige Ausrichtung fördern und weiter ausbauen.

### Mission: Was machen wir? Was wollen wir erreichen?

„Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“ – Für einen attraktiven Lebens-, Erholungs- und Erlebnisraum, echt und hochwertig.

Bei unseren Entscheidungen orientieren wir uns an den Prinzipien der Nachhaltigkeit und schaffen so Mehrwert in ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Hinsicht. Alle in der Organisation achten bewusst auf einen schonenden Einsatz von Ressourcen und Energie, schützen wertvolle Naturräume, unterstützen sanfte Mobilitätsformen, reduzieren Abfälle auf ein Mindestmaß und verbessern die Artenvielfalt in unserer direkten Umgebung.

Wir schaffen für MitarbeiterInnen ein attraktives Arbeitsumfeld mit fairen und motivierenden Arbeitsbedingungen. Wir sensibilisieren unsere MitarbeiterInnen laufend zu einem umweltfreundlichen Verhalten und organisieren Informationsblöcke und Workshops zu Themen der Nachhaltigkeit im Betrieb.

Wir arbeiten mit unseren Partnern auf Augenhöhe und entwickeln nachhaltige lokale und regionale Beziehungen.

Wir kennen unsere Anspruchsgruppen und definieren soziale / gesellschaftliche Anspruchsgruppen und solche mit Umweltbezug. Auf diese Anspruchsgruppen abgestimmt werden laufend wesentliche Themen mit CSR-/Umweltrelevanz festgelegt, priorisiert (auf Wichtigkeit, Dringlichkeit und Umsetzbarkeit) und in Folge einer effizienten Umsetzung zugeführt.

Die Saalfelden Leogang Touristik GmbH nimmt sich neben Kernthemen wie der wirtschaftlichen Entwicklung der Tourismusregion auch aktiv Themen mit ökologischem oder gesellschaftlichem Bezug an und übernimmt koordinierende und vernetzende Rollen in der Region Saalfelden Leogang.

## Strategische Ausrichtung: Welche Innovationen sind erfolgreich? Bieten wir die richtigen Leistungen? Sind Prozesse richtig umgesetzt?

Die Saalfelden Leogang Touristik GmbH (mit verbundenen Unternehmen/Organisationen) orientiert sich bei der strategischen Umsetzung an den strategischen Handlungsfeldern Kunde/Vertrieb/Markt, Finanzen, Prozessen und Mitarbeiter. Der Bereich CSR/Nachhaltigkeit/Umwelt wird in die strategische Ausrichtung und den nachhaltigen Zielsetzungen integriert.

## Nachhaltigkeits Strategie

### 360 Grad Blick

Gerade im Bereich Nachhaltigkeit ist die Gefahr groß in einer Meinungsblase festgesetzt zu sein. Aus diesem Grund setzt die Saalfelden Leogang Touristik GmbH gezielt auf unterschiedliche, teilweise gegensätzliche Partner um die verschiedenen Betrachtungswinkel nicht zu verlieren und einen 360 Grad Blick zu gewährleisten. Spartenübergreifender Austausch und Wissenstransfer soll ermöglicht und gefördert werden. Als drei Säulen wurden folgende Themen definiert.

**Wirtschaftliche Partnerschaft:** Austausch mit österreichischen Betrieben, welche in Nachhaltigkeitsberichterstattung, Strategie und Maßnahmen Vorreiter sind. Aktiver Austausch bezüglich EU Taxonomie und Berichtswesen. Aufbau von regelmäßig erhobenen Kennzahlen und die damit geplanten und umgesetzten Maßnahmen. (Beispiel respACT Austria)

**NGO Partnerschaft:** Austausch und Diskussion mit einer Non Profit Organisation die sich gezielt um das Themengebiet der Klimakrise einsetzt, darüber kommuniziert und Möglichkeit bietet aktiv mitzuarbeiten. (Beispiel Klimabündnis Österreich, Alpenverein Österreich und Protectt our Winters)

**Tourismusspezifische Partnerschaft:** Austausch mit touristischen Betrieben, vor allem im Alpenraum. Sachliche Diskussion und Meinungsbildung, im Spannungsfeld von Nutzung des Natur- und Lebensraumes, touristischen Ansprüchen. Beispiele und mögliche Wege zur Transformation des Geschäftsmodelles hin zu einem nachhaltigeren und ganzheitlicheren Ansatz. (Beispiel VITALPIN)

### Ausschuss und Aufsichtsrat als Nachhaltigkeitsboards

Bestehende Strukturen einer Tourismusregion werden für den Themenbereich der Nachhaltigkeit genutzt. Regelmäßig werden verschiedene Thematiken diskutiert, Entscheidungen getroffen und weitere Richtungen vorgegeben. Vorbereitet werden die Themen durch das Nachhaltigkeitsmanagement und vorgebracht seitens der Geschäftsführung. Durch die diverse Zusammenstellung der Gremien werden eine Vielzahl von Stakeholdern abgebildet und miteingebunden. Das erlaubt eine langfristige Planung, ein regelmäßiges nachschärfen der Maßnahmen und eine breite Akzeptanz.

### Fokusjahre als Verstärker

Die personellen und budgetären Ressourcen der Destination sind begrenzt. Um den effizientesten Einsatz der zur Verfügung stehenden Mitteln zu gewährleisten und das vielschichtige Thema der Nachhaltigkeit gut abbilden und bearbeiten zu können, werden Fokusjahre bestimmt. Diese Jahre haben immer ein spezielles Thema, worauf das Hauptaugenmerk gelegt wird. Die Vorbereitungen dafür erfolgen bereits in den Vorjahren. Ziel ist es, sich anhand dieser Fokusjahre ebenso eine weitere Steigerung im Erreichen der gesetzten Ziele zu erarbeiten. Im Maßnahmenplan und den Zielen werden die Fokusjahre ausgewiesen. Nach dem Fokusjahr wird das ausgewiesene Thema in den regulären Kanon der jährlich wiederkehrenden Arbeiten aufgenommen. Ein Vorteil dieser Gliederung

ist ebenso die Möglichkeit jährliche Varianten der Stakeholder- und Bürgerbeteiligung zu ermöglichen. Minimum rund und ¼ des Nachhaltigkeitsbudgets wird für das jeweilige Fokusjahr eingesetzt.

### Transparenz und Austausch

Ein sensibles Themengebiet wie Nachhaltigkeit erfordert Transparenz. Positive Umsetzungen von Maßnahmen können andere Regionen und Betriebe motivieren. Genauso wichtig ist es aber auch Themen anzusprechen bei denen angedachte Maßnahmen nicht funktioniert haben. So wird jedes Projekt und Maßnahme evaluiert und die Ergebnisse offen mit Partnern und Interessierten geteilt. Ein Teil der nachhaltigen Entwicklung der Destination ist der Austausch auf mit anderen Regionen, Betrieben, Vereinen und Institutionen. Erworbenes Wissen soll aktiv geteilt werden.

## Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit für die Saalfelden Leogang Touristik GmbH

Strategisch integriert die SALE Nachhaltigkeitsthemen in allen Handlungsbereichen und definiert sinnvolle Maßnahmen und Verbesserungen.

Die wesentlichen Handlungsfelder sehen wir, als Tourismusorganisation, unter anderem in der Vorbildfunktion für andere Betriebe und Regionen. Unterstützung und Förderung von nachhaltig zertifizierten Betrieben. Wissensvermittlung zum Thema Klimakrise. Vernetzung von Partnern aus verschiedenen Bereichen um eine Plattform zur Zusammenarbeit zu bieten. Diese Leitlinien sind die Grundlage für unsere bereits gesetzten und zukünftigen Maßnahmen.

In vielen Bereichen wurden bereits nachhaltige Maßnahmen umgesetzt (vgl. Ausgangslage/IST-Situation), in folgenden Handlungsfeldern werden Maßnahmen evaluiert und geplant.

### Beschaffung

Auswahl der Partner und Zulieferer nach Nachhaltigen Gesichtspunkten und einfordern konkreter Maßnahmen.

### Umwelt

Durch Ressourcenschonenden Umgang als Beispiel für andere Betriebe, Gäste und Einheimische voran gehen. Sich aktiv der Diskussion der Veränderung des Lebensraums stellen und sich in verschiedenen Konstellationen einbringen. Bei Nutzungskonflikten als Vermittler seine Expertise einsetzen.

### Regionalität

Förderung von regionalen Erzeugnissen. Unterstützung bei Direktvermarktern. Beispiel „echt.gsund.guat“.

### Attraktiver und fairer Arbeitgeber sein

Faire, Geschlechterneutrale Bezahlung, Diverses Team (Alter, Geschlecht, Herkunft)

### Bewusstseins-schaffung und gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Nachhaltigkeit und dazugehörige Maßnahmen in bestehende Kommunikationsformen mit einbeziehen, ohne dabei missionarisch mit erhobenen Zeigefinger zu arbeiten.

## CO2 Kompensation und Reduzierung

Im ersten Schritt soll für Gäste eine Möglichkeit der Berechnung des CO2 Abdrucks des Urlaubsweges ermöglicht werden. Auf lange Sicht soll es ein Kompensationsprojekt vor Ort in der Destination geben. Allerdings sind die Planungen und Möglichkeiten hier noch nicht ausgereift. Folgende Schritte sollen in den nächsten Jahren gesetzt werden: Ermitteln, Vermeiden, Reduzieren und erst im letzten Punkt die Kompensation. Das Fokusjahr 2025 wird sich intensiv mit den Möglichkeiten zur CO2 Berechnung auseinandersetzen.

## Ziele

### Kurzfristige Ziele (2020-22)

- Erarbeitung eines CSR-/Nachhaltigkeitskonzeptes
- Verankerung wesentlicher CSR-Themen in Organisation und Prozessen
  - Klare Transparenz
  - Struktur und klare Ansprechpartner (in TVB, Gemeinde, Sonstige)
  - Ressourcen (Zeit- und Budgetplanung)
- Identifizierung aller wesentlicher Dialoggruppen mit ökologischer oder gesellschaftlicher Relevanz, bessere Vernetzung bestehender Netzwerke (Bubbles) zum Thema Nachhaltigkeit im Tourismus
- Stärkere Zusammenarbeit mit etablierten Akteuren (KEM, KLAR, LEADER)
- Erarbeitung Abfallwirtschaftskonzept für TVB-Büros und Veranstaltungen (im Rahmen von green events)
- Priorisierung und Festlegung Maßnahmenkatalog
- Aufbau zu den Informationen zum Thema Nachhaltigkeit auf der SALE Webseite
- Festsetzung erster Maßnahmen im Bereich CSR/Nachhaltigkeit
- Aufbau und Weiterentwicklung Controlling (Kennzahlenbericht, Ermittlung Berechnungsbasen, Vorbereitung Kennzahlen für UZ Tourismusdestinationen)
- Betriebseffizienz-Check Nachhaltigkeit 2021 (Unterstützung touristischer Betriebe beim Einstieg in Nachhaltigkeitsthematik bzw. Vorbereitung zu einer Zertifizierung zum UZ bzw. EU-ECO Label)
- Prüfung Drucksorten (z.B. Sommer- oder Winter A bis Z, Häuserplan, ...) und digitale Strategie
- Partner für 360 Grad Nachhaltigkeitsblick evaluieren (Wirtschaft, NGO, Tourismus)
- Jährliche Workshops mit Mitarbeiter:innen zur Klimakrise
- Diskussion und eventuelle Umsetzung Climate-Partnerschaft (CO2-Bilanz, Reduktion Emissionen, Rest Kompensation), Ziel Klima-Neutralität?
- Mobilität: touristisches Gesamtkonzept der Region mit allen Stakeholdern
- Nutzung Online-Meetings, wo sinnvoll (Reduzierung direkte Meetings auf wesentliche).
- Weiterentwicklung und Stärkung Landwirtschaft als Partner
- HR-Management/Personalführung: Die Ziele dienen vorrangig dem Aufbau von Image und Reputation als Arbeitgebermarke und decken sich damit sehr gut mit den Zielsetzungen des CSR-Konzeptes. Entscheidend ist, dass die Ziele nachhaltig, ehrlich und transparent in der Organisation verankert und vor allem gelebt werden. Damit kann eine gute Unternehmenskultur oder Stärken des Unternehmens nach innen wirken aber auch nach außen sichtbar werden:
  - **Säule Mitarbeiterstrategie:**
    - Optimierung Mitarbeitergewinnung (Einrichtung Kommunikationskanäle/Website, Konkretisierung Mitarbeiterbedarf und -profile, Anpassung der Stellenanforderungen, Entwicklung Organisationsaufbau, Prüfung soziale und faire Entlohnung)
  - **Säule Führung und interne Kommunikation:**
    - Optimierung der laufenden internen Kommunikation mittels strukturierten Meetings und Meetingagenden
    - Stärkung der bereits vorhandenen wertschätzenden Unternehmenskultur
  - **Säule Prozesse und Aufgaben:**
    - Erarbeitung von Leitfäden

- Optimierung Bewerbermanagement, On-Boardingprozess und Empfehlungsmanagement
- Dokumentation von Prozessen und Aufgaben
- Neustrukturierung von Arbeitsabläufen oder Arbeitsplatzbeschreibungen
- Rasche Vermittlung von Werten und Unternehmenskultur an neue MitarbeiterInnen

### Mittelfristige Ziele (2022 bis 2025)

- dauerhafte und personenunabhängige Verankerung CSR und Umweltpolitik im Unternehmen und in der Tourismusdestination Saalfelden Leogang
- Zertifizierung mit dem österreichischem Umweltzeichen für Tourismusdestinationen (aktuell Pilotpartnerregion)
- Auszeichnung best tourism village by UNWTO
- Prüfung aller Partner und Zulieferer ähnlich dem Lieferkettengesetz
- Vorzeigebetrieb in CSR- und umweltrelevanten Themen in der Region (Vorbildfunktion für touristische Mitgliedsbetriebe). Stärkung der Achtsamkeit (Bewusstsein) bei GF, FunktionärInnen, Mitgliedern, MitarbeiterInnen, Betrieben der Region und Gästen.
- Verringerung Schadstoffausstoß: Interne Neufahrzeuge, die für den Transport gekauft oder gemietet werden, müssen elektrisch betriebene Fahrzeuge sein oder zumindest den neuesten Euronorm-Standards entsprechen.
- Stärkung bestehender Marken mit Bezug zu Nachhaltigkeit (wirtschaftlich, ökologisch, gesellschaftlich) und Regionalität
- Langfristig green event als Standard. Alle Veranstaltungen als green event durchführen. Chance als Vorreiter wahrnehmen.
- Nachhaltigkeitskennzahlen in Geschäftsbericht integrieren
- Leitfäden im Rahmen eines Stakeholderprozesses für Lichtverschmutzung und Lärmbelastung entwickeln
- Leitfaden für interne nachhaltige Beschaffung
- Monitoring von Kennzahlen bezüglich Nachhaltigkeit
- Prozentuale Zielsetzungen bei Kennzahlen bezüglich Nachhaltigkeit

### Langfristige Ziele (2022 bis 2030)

- Steigerung der Nächtigungen in Umweltzeichen zertifizierten Betrieben auf über 60 % der gesamten Nächtigungen
- Die Hälfte der Urlauber reist mit öffentlichen Verkehrsmitteln in die Region an
- Saalfelden Leogang und deren Partner leisten einen aktiven Beitrag zur CO2 Reduktion und Kreislaufwirtschaft
- Der Bioanteil in der Landwirtschaft wird auf über 60 % gehalten
- Die Dichte an generell zertifizierten Betrieben wächst (AMA, EU Ecolabel, Klimabündnis Betrieb)
- Verminderung des Müllaufkommens und Steigerung der Recycling Rate

### Fokusjahre (2023-26)

2023	<p><b>Zertifizierung und Partnerschaften für die Destination Saalfelden Leogang</b></p> <p>Eingehen von aktiven Partnerschaften im Bereich der Nachhaltigkeit. Erfahrungsaustausch und Wissensaufbau um den 360 Grad Blick zu gewährleisten. Umsetzung der Erstzertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen. Etablierung und Ersterhebung von Kennzahlen, weiterführendes Monitoring gemeinsam mit Stakeholdern.</p>
------	---

2024	<p><b>Klimastrategie für die Destination Saalfelden Leogang</b>  Auswirkungen auf die Destination. Workshopreihe zu Auswirkungen auf die Region mit Geosphere Austria und KLAR. Erarbeitung einer Klimastrategie im Hinblick auf Ganzjahres Tourismus (Fokus der Wintertage), Einbeziehung von Unwetterlagen und Jahreszeiten, Tourismusgesinnung, Maßnahmen Nachhaltigkeit und Förderprojekte für Betriebe, Verknüpfung mit Projekt Clean Energy 4 tourism in Form einer Potenzialanalyse aus der Region zu erneuerbaren Energien (Fokus auf Sonne und Wind).</p>
2025	<p><b>Weiterentwicklung der Kennzahlen für die Destination Saalfelden Leogang</b>  Beginnend mit 2022 werden verschiedenste Kennzahlen zum Thema Nachhaltigkeit erhoben. Als Ausgangslage dient die Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen und die daraus vorgegebenen Kennzahlen. Dieses Datenmaterial soll in einer Workshopreihe mit Stakeholdern breit diskutiert werden. Durch den Zeithorizont von drei Jahren ergeben sich sichtbare Entwicklungen, die es zu steuern gilt. Abzufedern oder zu stärken. Fachexperten zeigen hier dann Themenbezogen zu den einzelnen Kennzahlen Maßnahmen auf. Abschließend werden diese in einem offenen Workshop (Einheimische, Touristen) diskutiert und präsentiert.</p>
2026	<p><b>Weiterentwicklung des Lebensraums für die Destination Saalfelden Leogang</b>  Gemeinsam mit den Gemeinden Saalfelden und Leogang werden basierend auf den erhobenen Daten und Entwicklungen eigene Konzepte zu Lärmbelästigung, Lichtverschmutzung, Wasserverbrauch, Energiestrategie und Flächenverbrauch erstellt. Die Workshopreihe wird seitens Destination organisiert und getragen. Fachexperten werden zu den jeweiligen Themen mit eingebunden. Als Abschluss werden die gesamten Ergebnisse veröffentlicht und fließen in die weiteren Maßnahmen der Destination mit ein.</p>

## Maßnahmen-Plan:

### Maßnahmen 2021-aktuell

Verankerung CSR-Themen in Organisation, Nachhaltigkeitsteam (GF, Umweltbeauftragter)	Dezember 2021	Erledigt
Klimabündnis Partnerschaft (Klimabündnis Betrieb)	Jänner 2023	Erledigt
CSR-/Umweltkonzept, Doku bereits vorhandene und umgesetzte CSR-Themen	Dezember 2022	Offen
Kommunikationsplan	April 2022	Offen
Abfallwirtschaftskonzept	April 2022	Offen
Integration umweltrelevante Themen und CSR in Mitarbeiterhandbuch, Trainings neue Mitarbeiter	April 2022	Offen
Laufende Verpackungsreduzierung	Laufend	In Arbeit
Marketinggruppe Umweltzeichen zertifizierte Betriebe	Oktober 2021	Erledigt
Einrichtung einer Nachhaltigen Themenseite der Region	Oktober 2021	Erledigt
Durchführung Barriere-Check	April 2022	Erledigt
Umstellung aller Drucksorten auf Umweltzeichenpapier (ISO Typ I)	August 2021	Erledigt
Messestände und -materialien prüfen	Laufend	In Arbeit
Alternativen zu Kunststoffen finden	Laufend	In Arbeit
Umstellung restl. Leuchtmittel auf LED	Laufend	In Arbeit
Aufklärungs-/Erklärvideos für Gäste, Hotels	Herbst 2023	In Arbeit
Gästeehrungsgeschenke aus regionalen Produkten (give-aways an Kunden) z.B. Glas-/Holz-/Stein-/Stoffalternativen zu Plastik	Oktober 2022	Erledigt
Übersicht lokale/regionale Partner einführen	Oktober 2021	Erledigt
Installation Wassersparteknik / Durchflussreduzierung	Oktober 2022	Erledigt
Wöchentliche Klimawandelanpassungswanderung im Rahmen des 365 Tage Programms (Stufe 1)	Sommer 2022	Erledigt
Klimawandelanpassungswanderung Klimahütte (Stufe 2)	Sommer 2023	In Arbeit
Klimawandelanpassungswanderung Unterrichtsmaterialien (Stufe 3)	Sommer 2024	In Arbeit
Fair trade Produkte bevorzugen / Fairtrade Partnerschaft prüfen	Laufend	In Arbeit
Leitfaden zur Klimafreundlichen Anreise für Gäste und Betriebe	Februar 2022	Erledigt
Mobilitätsmanagement Workshop mit Klima Aktiv (Regionsübergreifend)	Frühjahr 2024	In Arbeit
Ausmalbuch für Kinder mit nachhaltigen Themen zur Region	September 2022	Erledigt
Leitfaden für Contentproduktionen bezüglich Nachhaltigkeit und Bildsprache	September 2022	Erledigt
Unterstützung von wissenschaftlichen Arbeiten im Rahmen von Studien	Laufend	In Arbeit
Umweltzeichen zertifizierte Reisen anbieten (Reisebüro Lizenz)	Frühjahr 2024	In Arbeit
Naturschutzflächen in der Region ausweisen (Spaziertipps)	Herbst 2023	In Arbeit

Initiative Together Aufnahme von Nachhaltigkeitsthemen in Zusammenarbeit mit Leader, KEM und KLAR	Laufend	In Arbeit
Überarbeitung Anreise Seite der Region	Herbst 2022	Erledigt
Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen	Herbst 2023	In Arbeit
Best tourism village by UNWTO	Dezember 2023	In Arbeit
Workshops zum Thema Lichtverschmutzung und Lärmreduzierung	Frühjahr 2024	In Arbeit
Bürgerbefragung mit Stakeholdern zu den Themen Nachhaltigkeit, Tourismusgesinnung und Entwicklung	Herbst 2024	Offen
Mitgliedschaft respACT Österreich	Dezember 2022	Erledigt
Mitgliedschaft bei vitalpin	Februar 2023	Erledigt
Jährlichen Workshop mit Mitarbeiter:innen mit Klimabündnis (2023 Klimagerechtigkeit)	Laufend	In Arbeit
Offener Wettbewerb für nachhaltige Ideen in der Region (in Zusammenarbeit mit KEM)	Frühjahr 2024	Offen
<b>Laufende Anpassung von Maßnahmen und Evaluierung</b>	<b>Laufend</b>	<b>In Arbeit</b>

## Auswirkung von Maßnahmen auf Umweltseite

Jene Einzelmaßnahmen, die von größerer Umweltrelevanz für das Saalfelden Leogang Touristik sind, werden in die Maßnahmendatenbank des Unternehmens aufgenommen. Aus den gesamten kurz- bis mittelfristigen Maßnahmen ist eine weitere Reduktion an klimaschädlichen Auswirkungen auf die Umwelt zu erwarten, aus heutiger Sicht aber schwierig einzuschätzen. Im Speziellen werden aus den oben angeführten Maßnahmen deutliche Optimierungen unter anderem im Wasserbereich (Einbau Durchlaufbegrenzer), im Verpackungs- bzw. Abfallaufkommen sowie im Mobilitätsverhalten von KundInnen und MitarbeiterInnen oder Unternehmenspartnern erwartet.

Eine Erstellung einer CO2 Bilanz in den verschiedenen Scope Ebenen wird geprüft. Bei Übersiedlungen oder Neubauten des Büros wird eine weiterführende Energieberatung durch Spezialisten des Umweltservice Salzburg eingeplant.

Durch Optimierungen in der internen und externen Kommunikation ressourcen- und umweltrelevanter Themen an Mitarbeiterinnen, KundInnen und Partner wird in allen Kategorien eine sukzessive Verbesserung in vielen Bereichen erwartet. Die Verfolgung und das Monitoring der Entwicklung durch entsprechende Kennzahlen werden die Messbarkeit und damit Erfolge von gesetzten Maßnahmen aufzeigen.

## Kommunikationsplan

Warum zu CSR-Themen kommunizieren?

Wir möchten mit unseren Kommunikationsmaßnahmen sowohl MitarbeiterInnen, Geschäftspartner, KundInnen als auch weitere Anspruchsgruppen über die Bedeutung und die Wichtigkeit des Nachhaltigkeits- und Umweltgedankens in der SALE informieren.

Übersicht Kommunikationsmaßnahmen zum CSR-/Umweltkonzept und Umweltzeichen im Unternehmen Saalfelden Leogang Touristik GmbH (Stand 31.12.2022).

### Allgemeines:

- ✓ Weitere Integration des CSR-/Umweltgedankens in das Unternehmensleitbild
- ✓ Integration in alle Drucksorten (Umweltzeichenpapier, EU-ECO Label, etc.) sowie digitale Medien (digitaler Unternehmensfolder, Website, Social Media, ...)

- ✓ Bewusstseins-schaffung im Betrieb – bei MitarbeiterInnen, FunktionärInnen, Mitgliedern, KundInnen und Partnern
- ✓ Weitere Verstärkung von regionalen Aktivitäten
- ✓ Planung Nachhaltigkeitsbericht für SALE (Ziel: 2023/24)
- ✓ Ausweisen von Umweltzeichen Betrieben der Region in Form einer Marketinggruppe
- ✓ Verankerung des Themas auf eigenen Webseiten Bereich
- ✓ Blogartikel zum Thema Nachhaltigkeit, Klimakrise und Biodiversität
- ✓ Projektmanagement Team (PMT) Nachhaltigkeit gründen (mit wichtigen Stakeholdern)
- ✓ Unterstützung der Kommunikation von KEM und KLAR
- ✓ Viermal jährlich Nachhaltigkeitsnewsletter (ab 2024)
- ✓ Aufnahme der nachhaltigen Ausrichtung in all unsere Aktivitäten
- ✓ Blogbeiträge zum Thema nachhaltiges Reisen und nachhaltige Betriebsführung

### MitarbeiterInnen:

- ✓ Bei Begrüßung neuer MitarbeiterInnen, Integration CSR-Themen
- ✓ Leitsatz und Unternehmensmotto „Nachhaltige Lebens- und Erlebnisqualität mit Tourismus“ – für einen attraktiven Lebens-, Erholungs- und Erlebnisraum. Echt. Hochwertig.. Wann, wenn nicht jetzt.
- ✓ Überarbeitung Mitarbeiterhandbuch, MA-Infos
- ✓ Sichtbarkeit der Maßnahmen (Wahrnehmung) stärken  
Intern: Workshop mit MitarbeiterInnen / Funktionäre  
Extern: Blog, Podcasts, Interviews, Workshops, Presse, etc. ?

### Mitglieder/Gäste:

- ✓ Website – Überarbeitung Nachhaltigkeitsteil / Zusammenfassung CSR
- ✓ Kundeninformation lt. Zertifizierungsanforderungen (erst nach Erreichen des UZ Tourismus für Destinationen)
- ✓ Stories in Sale Magazin
- ✓ An unterschiedlichsten Punkten Themen zur Bewusstseinsbildung (Produkt-Broschüren, Kurzvideos, Image-Folder, Social Media, Website, direkt durch MitarbeiterInnen, etc.)
- ✓ Hervorheben der Regionalität, der Produkte und der Betriebe, die hinter dem Thema Regionalität/Klimaschutz/Artenvielfalt/BIO/etc. stehen
- ✓ Presseausendungen bei Anlässen/Verleihung von Auszeichnungen, Zertifizierungen (z.B. Umweltabzeichen, Klimabündnispartner, ISO xxx, EMAS, etc.)
- ✓ Redaktionelle Vorbereitung von „Stories“ für interne ÖA, SM, etc.
- ✓ Social Media – Kommunikation über Facebook & Instagram, etc.
- ✓ Kurzvideos zu Umweltthemen im Betrieb für diverse Kommunikationskanäle
- ✓ Dialoggruppenorientierte Kommunikation (echt, ehrlich, kein greenwashing betreiben)

### Zahlen / Daten / Fakten:

CSR-Kennzahlenbericht

Siehe gesonderte Excel Datei Titel: Kennzahlen Nachhaltigkeit Saalfelden Leogang

### Messgrößen / zu verfolgende Kennzahlen (mind. 1x p.a.):

### **Produkte und Dienstleistungen:**

- Produkte und Dienstleistungen mit Nachhaltigkeitsbezug
- Anteil von Produkten und Dienstleistungen mit positivem Umweltbezug an Gesamtprodukten/Leistungen (Innovationen im Bereich Nachhaltigkeit)
- Umwelt- oder klimaschädliche Produkte oder Dienstleistungen im Angebot (z.B. motorisierte Freizeitaktivitäten wie Skidootouren, Hubschrauberrundflüge, etc.)
- Kritische Produkte in Bezug auf Fairness im Angebot prüfen (kritische Herkunftsländer oder Produktionsbedingungen, z.B. Textilien, Kinderspielzeug, Rohstoffe, Give-Aways, etc.)

### **Events und Veranstaltungen:**

- Anzahl der VA´s
- BesucherInnen gesamt
- Davon Anzahl VA´s green event
- BesucherInnen bei VA´s green event
- Anteil BesucherInnen green events an Gesamt
- Verpackungsmaterialien bei VA´s
- Verpackungsmengen je Art
- Trennung und Recyclierbarkeit (z.B. bei Großevents)

### **Energie / Ressourcen / Abfall / Emissionen / Abwasser:**

- Energieverbrauch thermisch und elektrisch (Gesamt und kWh/m<sup>2</sup> Fläche Gebäude)
- Wasserverbrauch (Gesamt und in lt. je Outputeinheit)
- Abfallaufkommen (nach Sorten, Gesamt und je Outputeinheit)
- Chemikalieneinsatz (Gesamt, kg je Outputeinheit und je m<sup>2</sup> Fläche Gebäude, Anteil Umweltzeichenliste)
- Anteil Niedrigenergielampen (LED, Energiesparlampen) an Gesamtbeleuchtungsmittel
- Papier und Printmedien (Anteil Umweltzeichenpapier)

### **Mobilität:**

- Fuhrpark Gesamt
- Interne Fahrleistung in km (mit Verbrennungsmotoren, elektrisch, ...)
- Verbrauch Kraftstoffe Gesamt
- Emission klimaschädlicher Emissionen (CO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>, Feinstaub, etc.)
- Durchschnittlicher Verbrauch je 100 km (Flottenverbrauch), evtl. Benchmark möglich?
- Fahrzeuge mit umweltfreundlichem Antrieb im Unternehmen
- Anteil umweltfreundlicher Fahrzeuge an Gesamtfuhrpark
- Mitarbeitermobilität (Bewusstsein für Rad, Öffis, Fahrgemeinschaften, Unterstützung für Nutzung Öffis, eigene Betriebsfahräder, ...)
- Bei VA´s: Einsatz öffentliche Verkehrsmittel (Zubringer und Shuttledienste, Pakete mit Bus oder Bahn, ...)

### **Regionale Kreisläufe:**

- Anzahl lokale und regionale Lieferanten (Produkte und Services). Ziel langfristig: Anteil regionale Lieferanten erhöhen (Begriff „Regional“ für SALE Touristik/Veranstaltungen definieren!)
- Einkaufsvolumen Gesamt
- Einkaufsvolumen lokale und regionale Lieferanten
- Einkaufsvolumen lokale und regionale Lieferanten in % Einkauf
- Einkäufe für Veranstaltungen (davon regionale Produkte)

### **Artenvielfalt / biologische Diversität:**

- Evtl. 1 Projekt zur Förderung der Artenvielfalt in Umgebung des Unternehmens (z.B. Bienenweide, Bepflanzungen, ...), Kooperation mit lokalem Verein (Naturschutz, Imker, Betrieben, ...)?
- Führungen zum Thema Artenvielfalt bei Flora und Fauna in Region für Gäste und Einheimische (Produkte für Wander-, Bergführer, Jägerschaft, Imker, lokale NaturkennerInnen, bei Sinne-Erlebnispark (Bewusstsein für Artenvielfalt, Flora und Fauna, Klimawandel, etc. schaffen), Biberwanderungen, Kräuterwanderungen
- Anteil regionaler Pflanzen am Betriebsgelände
- Einsatz von Insektiziden oder Herbiziden an den Standorten?
- Angebote für Betriebe schaffen (z.B. Samen für Bienenweiden bei Hotels gemeinsam mit Gemeinden, Kräutergartenanlage (Workshops gemeinsam mit Gartenbauverein), etc. ???

### **Gesellschaftliches Engagement:**

- Liste mit Spendenempfängern
- Höhe Spenden an Social Profit Organisationen (Sozial, Kulturell, Sport, Umweltinitiativen, Jugend), z.B. Bergrettung
- Projekte mit z.B. Inklusionsschwerpunkt (z.B. Wanderstöcke, Lebenshilfe)
- Anzahl Projekte / Veranstaltungen gemeinsam mit lokalen Organisationen
- Unterstützung Projekte und Initiativen zur Förderung sozialer Standards und fairer Arbeitsbedingungen (speziell auf globalem Level). Z.B. Fairtrade-Produkte im Shop oder für MitarbeiterInnen

### **MitarbeiterInnen / HR / Personalentwicklung:**

- Anzahl Beschäftigte (VZÄ's), lokale Arbeitsplätze
- Ausgaben für Weiterbildung und Personalentwicklung Gesamt p.a. (ohne Recruiting) und je VZÄ
- Anteil Teilzeit / flexible Arbeitszeit an Gesamt
- Anzahl Praktikantinnen (Jahresschnitt)
- Anzahl Arbeitsunfälle p.a. (inkl. VA's)
- Anzahl Krankenstandstage (Gesamt und Durchschnitt je VZÄ)
- Fluktuation in % (eventuell aus Lohnbüro erhältlich)
- Mitarbeiter-Zufriedenheit (einfache Befragung evtl. alle 2 Jahre, Feedback zu Verbesserungen nutzen)
- Höhe freiwillige Zusatzleistungen (z.B. Verpflegung, Personalunterkünfte, Transfers, Nutzung betriebliche Fahrzeuge, Zusatzpensionen, Boni, etc.)
- Betriebl. Unterstützung zur Kinderbetreuung
- Ausgaben für Sicherheit (z.B. Arbeitsschutzkleidung bei Events) und aktive Gesundheitsvorsorge am Arbeitsplatz p.a.

### **Wirtschaft (Region):**

- Entwicklung Umsatz, Nächtigungen
- Entwicklung Auslastung
- Entwicklung Preise (je Kategorien)
- Wertschöpfung des Tourismus für die Region
- Keine unlautere oder sexistische Werbung
- Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption (Lieferantenbeziehungen, Zahlungen), IKS (Einrichtung Internes Kontrollsystem)
- Keine offenen Steuerschulden
- Erhaltene Förderungen (Umwelt, Investitionen, Events, Projekte, etc.)
- EUR für signifikante Straf- oder Bußgelder für Nicht-Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften
- Kundenzufriedenheitsanalyse (Sammlung und Auswertung Reklamationen)

## Zukunft

Das vorliegende CSR | Nachhaltigkeitskonzept der Saalfelden Leogang Touristik GmbH ist ein erster Schritt die bereits vorhandenen Werte, Arbeiten und Visionen zusammenzufassen. In der Region haben sich bereits die beiden Gemeinden Saalfelden und Leogang, Betriebe und Initiativen früh mit den verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit beschäftigt. Dieses ist für uns ein starkes Fundament für unser zukünftiges Handeln im Bereich der Nachhaltigkeit. Mit jeder einzelnen Maßnahme die wir umsetzen, mit jeder Diskussion die wir führen und mit jedem Moment der Zusammenarbeit werden wir gemeinsam eine Transformation unseres Geschäftsmodelles, einer Region und einer Gesellschaft schaffen.

Wann, wenn nicht jetzt.

### Bearbeitungsverlauf

Erstellung CSR Konzept	April 2021
Aktualisierung Stakeholder Workshop	September 2021
Maßnahmenevaluierung	Dezember 2021
Anpassung/Weiterentwicklung Marke und Werte	März 2022
Aktualisierung Maßnahmen	Mai 2022
Verfeinerung Nachhaltigkeitsstrategie	Juli 2022
Maßnahmenevaluierung	Dezember 2022
Verfassung Vorwort und Zukunft	April 2023
Aktualisierung	Mai 2023
Kennzahlen	August 2023
Ergänzung zu Strategie	August 2023
Kontrolle Nachhaltigkeitsteam und Extern	September 2023
Veröffentlichung	September 2023
Maßnahmenevaluierung	Dezember 2023
Kennzahlen Aktualisierung	Februar 2024
Aktualisierung	Mai 2024
Vorworte von Stakeholdern integrieren	November 2024

### Verfasser

Johannes Madreiter, Nachhaltig Mehrwert

Thomas Wurzinger, Nachhaltigkeitsmanagement Saalfelden Leogang

Erstellung und Prozess wurden gefördert durch:

