

A.3 Überwachung und Berichterstattung: System zur Kontrolle und Reaktion auf sozioökonomische, kulturelle und ökologische Fragen und hinsichtlich der Auswirkungen des Tourismus (diese Risiko und Impactanalyse muss mindestens einmal jährlich im Nachhaltigkeitsteam besprochen und gegebenenfalls angepasst werden)

Bereich	Thema	Analyse	Risiko/Impact auf die Destination	Maßnahmen/Next steps	Realisierbarkeit	Umsetzungshorizont	Kosten	Termin	Priorität	Verantwortliche Organisation	Wer	Mit	Status	Timing
A-Management	A-Verantwortlichkeit für das Destinationsmanagement	In der Destination werden klare Zuständigkeiten und Strukturen für ein koordiniertes Destinationsmanagement geschaffen, und relevante Akteure werden regelmäßig eingebunden.	1	Eine Nachhaltigkeitsbeauftragte sowie ein internes und externes Green Teams werden etabliert und treffen sich regelmäßig. Next Steps: den Austausch weiter strukturieren und zusätzliche Partner einbinden.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	01.03.2025	3=wichtig	Tourismusorganisation		Green Team, Gemeinde, Partnern	ok	
A-Management	A-Strategie und Aktionsplan	Die Strategie wird unter Einbeziehung der Partner erarbeitet; Mission und Vision werden definiert und dienen als Orientierung für die weitere Entwicklung der Destination.	1	Die Strategie wird gemeinsam mit der Direktion, der Nachhaltigkeitsbeauftragten und unter Einbeziehung der Partner erstellt und vom Vorstand genehmigt. Next Steps: Aktionsplan ausarbeiten und die wichtigsten Inhalte auf der Website für Einheimische und Gäste bereitstellen.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2025	3=wichtig	Tourismusorganisation		Vorstand, Green Team, Partnern	ok	
A-Management	A-Green Team	Durch den regelmäßigen Austausch mit den beteiligten Interessensgruppen wird die kontinuierliche Weiterentwicklung der Destination unterstützt. Die laufenden Treffen dienen dazu, Herausforderungen frühzeitig zu erkennen und gemeinsame Lösungen zu erarbeiten.	1	Wir organisieren regelmäßige Treffen mit den Beteiligten, um wichtige Themen zu besprechen. Daraus entstehen konkrete Aufgaben und Projekte, die die Destination weiterentwickeln.	einfach		gering		3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	
A-Management	A- Überwachung und Berichterstattung	Die Destination überprüft regelmäßig die Auswirkungen des Tourismus und dokumentiert die Ergebnisse. Diese werden öffentlich kommuniziert und mit Partnern, Betrieben, Einheimischen und Gästen geteilt.	1	Die Ergebnisse werden regelmäßig kommuniziert – online, im Vorstand, über Infomails, Broschüren und die Gemeindezeitung. Next Steps: einen Kommunikationsplan ausarbeiten, den Rhythmus festigen und weitere Kanäle einbinden.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2026	3=wichtig	Tourismusorganisation		Vorstand, Green Team, Partnern, Einheimische, Gäste	ongoing	307
A-Management	A-Zu wenig Betriebe mit NH-Label Südtirol in der Destination	In der Destination sind noch sehr wenig Betriebe mit dem NH-Label zertifiziert. Mit aktiven Sensibilisierungsmaßnahmen und Schulungen starten.	-2	Workshops und Informationsveranstaltungen organisieren und vermehrte Kommunikation und Sensibilisierungsmaßnahmen.	komplex	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	10.12.2027	1=dringend+wichtig	Tourismusorganisation	NH-Beauftragte	Betriebe	ongoing	651
A-Management	A-Bewusstseinsbildung zu Nachhaltigkeitsthemen bei Betrieben	Bei vielen Betrieben ist das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen noch nicht ausreichend ausgeprägt und sie sind insgesamt zu wenig darüber informiert.	-2	Im Jahr 2026 sind folgende Workshops geplant: > Beschichtigung Fernheizwerk > Informationsveranstaltung mit Green Destination (Good Travel Seal) > Beschichtigung eines zertifizierten Betriebes	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2026	2=dringend	Tourismusorganisation	NH-Beauftragte	Vorstand, Betriebe und Partnern	ongoing	307
A-Management	A-Nachhaltige Veranstaltungsplanung	Durchführung aller eigenen Veranstaltungen nach Möglichkeit als Green Events und Sensibilisierung lokaler Partner, Vereine und Veranstalter für die entsprechenden Richtlinien.	0	Eigene Veranstaltungen sollen schrittweise als Green Events zertifiziert werden, während lokale Partner, Vereine und Veranstalter gezielt einbezogen und für die entsprechenden Richtlinien sensibilisiert werden. Dadurch entsteht ein nachhaltiger Rahmen für zukünftige Events in der Destination.	mittel	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2027	3=wichtig	Tourismusorganisation		Vereinen, Gemeinde	ongoing	672
A-Management	A-Nachhaltige Materialauswahl & Analyse	Die bestehenden Materialien werden auf ihre Nachhaltigkeit überprüft, und Schritt für Schritt wird auf umweltfreundliche Alternativen umgestellt, orientiert an klaren Richtlinien wie jenen von IDM Südtirol.	0	Schrittweise Umstellung auf nachhaltige Materialien wie Recyclingpapier sowie die Produktion aller Drucksorten über eine umweltzertifizierte Druckerei. Zudem erfolgt eine laufende Anpassung der Materialauswahl gemäß klaren Nachhaltigkeitsrichtlinien.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2026	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	307
A-Management	A-Tourismusgesinnung in der Bevölkerung	Die Auswertung der Bevölkerungsumfrage hat ergeben, dass die Tourismusgesinnung grundsätzlich sehr positiv ist. Nur die Aspekte wie leistbarer Wohnraum, Belastung der Natur, Verkehrsaufkommen, Preissteigerungen im Alltag wurden als kritisch bewertet.	-1	Aktive Besucherlenkung, Förderung nachhaltiger Mobilität sowie die enge Zusammenarbeit mit Gemeinden und regionalen Partnern. Erneute Befragung in etwa 3 Jahren.	komplex	mittelfristig 5 Jahre	mittel	01.12.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation		Gemeinde	ongoing	1.738
A-Management	A-Bewusstseinsbildung zu Nachhaltigkeitsthemen bei Gästen	Viele Gäste beachten Nachhaltigkeitsthemen noch zu wenig oder sind nicht ausreichend darüber informiert. Es besteht daher Bedarf an klarer, leicht verständlicher Kommunikation und aktiver Sensibilisierung.	-1	Wir werden Nachhaltigkeitsthemen stärker und verständlicher in der Gästekommunikation verankern – etwa über Info-Material, digitale Kanäle und Betriebe vor Ort. Zusätzlich sollen positive Beispiele sichtbar gemacht und konkrete Tipps für nachhaltiges Verhalten vermittelt werden. Nachhaltige Mobilität bzw. v.a. die Anreise soll aktiv gefördert und kommuniziert werden, nachhaltige Angebote besser hervorgehoben werden. Erneute Gästefrage im Sommer 2026 (erhöhte Zahl an TeilnehmerInnen erzielen).	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	10.12.2027	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	651
A-Management	A-Werbung und Information	Die Destination stellt sicher, dass Werbe- und Informationsmaterialien korrekt, authentisch und nachhaltig gestaltet sind und die lokalen Gemeinschaften sowie Natur- und Kulturgüter respektvoll darstellen. Dadurch bleibt die Kommunikation stimmig und glaubwürdig.	0	Erstellung einer eigenen Nachhaltigkeitsseite auf der Webseite der Destination sowie die Überarbeitung von Drucksorten, Social Media und Chatbot und regelmäßige Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen auf diversen Plattformen.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2025	3=wichtig	Tourismusorganisation			ok	
A-Management	A-Umgang mit Bealstung und Wandel	Vor allem in der Hochsaison kommt es zu einer Überlastung der Infrastrukturen und Dienstleistungen, was die Qualität des touristischen Angebots beeinträchtigen könnte.	-1	Aktive Stärkung der Nebensaisonen durch verschiedene Kampagnen wie z.B. "Golden Summit Weeks" (Olang) oder das "Autumn Package" (TV Antholzertal), um Überlastungsspitzen zu vermeiden und gleichzeitig auch schwächere Saisonen zu beleben. Förderung der nachhaltigen Mobilität und Anreise. Aktives Hotspotmanagement / Lenkung der Besucherströme.	komplex	mittelfristig 5 Jahre	mittel	01.12.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	1.738
A-Management	A-Klimawandelanpassung	Die Auswirkungen des Klimawandels sind bereits spürbar weshalb Anpassungen im Tourismus zunehmend notwendig werden. Viele Bereiche sind darauf jedoch noch unzureichend vorbereitet.	-2	Ein Workshop mit der IDM und den Green Teams lieferte wichtige Ideen zur klimawandelbedingten Anpassung touristischer Angebote. Darauf aufbauend wurde ein Klimawandelanpassungsplan erstellt, die Daten analysiert und an fünf priorisierten Maßnahmen wird aktiv gearbeitet.	komplex	mittelfristig 5 Jahre	mittel	01.09.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation		Gemeinde, Green Team, Vorstand	ongoing	1.647
B-Sozioökonomie	B-Wirtschaftlicher Beitrag des Tourismus zur Gesamtwirtschaft	Der Tourismus trägt durch seine stabile Entwicklung, die steigenden Pro-Kopf-Ausgaben der Gäste und die hohe Beschäftigtenzahl maßgeblich zur Gesamtwirtschaft bei.	0	Durch bessere Angebote (v.a. in den Randsaisonen) und mehr Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben kann die regionale Wertschöpfung gesteigert werden.	mittel	mittelfristig 5 Jahre	mittel	01.09.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	1.647
B-Sozioökonomie	B-Investitionen im Tourismus	Die Destination investiert kontinuierlich in ihre touristische Infrastruktur, mit Fokus auf Qualität, Nachhaltigkeit und ein ganzjährig attraktives Angebot.	1	Winter- und Sommerprodukte sollen gezielt weiterentwickelt, nachhaltiger ausgerichtet und qualitativ verbessert werden, um Gästen ein attraktives und ganzjähriges Angebot zu bieten (z.B. Langlaufloipen, Fruit Garden -Antholzertal; Kinderwelt, Winterwanderwege - Olang)	komplex	langfristig 5+ Jahre	hoch	31.12.2035	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	3.594
B-Sozioökonomie	B-Angemessene Arbeits- und Karrieremöglichkeiten	Chancengleichheit, kontinuierliche Weiterbildung und eine gute Beschäftigungsqualität stehen im Vordergrund, um faire Arbeitsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten für lokale Mitarbeitende zu sichern.	0	Weiterbildungen für das Team werden gezielt organisiert, und Weiterbildungsangebote für Betriebe aktiv kommuniziert. Zudem stärkt ein gemeinsamer Ethikodek sowie das bewusste Hervorheben wichtiger Tage (z.B. Tag der Frau, Tag Gegen Gewalt an Frauen) die Wertschätzung und gemeinsame Wertebasis.	mittel	kurzfristig 1-2 Jahre	mittel	31.12.2027	2=dringend	Tourismusorganisation			ongoing	672
B-Sozioökonomie	B-Regionale Wertschöpfung	Durch gezielte Förderung und Kommunikation regionaler Produzenten gelingt es Nachhaltigkeit, Qualität und Regionalität erlebbar zu machen und wesentlich zur Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe beizutragen.	1	Lokale Betriebe, Produzenten und Lieferketten werden aktiv unterstützt, damit touristische Ausgaben bestmöglich in der Region bleiben und lokale, nachhaltige Produkte gestärkt werden. Z.B. durch den Direktverkauf (Regionalmarkt Antholzertal); durch Handwerks- und Bauernmärkte (Hof und Hand Olang; Bartholomäus- und Abendmarkt Antholzertal),	mittel	kurzfristig 1-2 Jahre			3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	
B-Sozioökonomie	B-Gemeinschafts- und Nachhaltigkeitsinitiativen	Gemeinschafts- und Nachhaltigkeitsinitiativen fördern den sozialen Zusammenhalt und stärken das gemeinsame Verantwortungsbewusstsein für Umwelt und Region. Sie schaffen sichtbare Mehrwerte für Einheimische wie Gäste und unterstützen eine langfristig nachhaltige Regionalentwicklung.	1	Unterstützung lokaler Vereine (z.B. Musikkapellen, AVS, Bildungsausschuss etc) und ehrenamtlicher Initiativen (z.B. Dorfsäuberungs- und Aufrüstungsaktionen) sowie die nachhaltige Gestaltung touristischer Angebote (z.B. Wochenprogramm) schaffen ein vielfältiges Angebot, das allen Einheimischen und Gästen offensteht.	mittel	kurzfristig 1-2 Jahre	mittel		2=dringend	Tourismusorganisation			ongoing	

Bereich	Thema	Analyse	Risiko/Impact auf die Destination	Maßnahmen/Next steps	Realisierbarkeit	Umsetzungshorizont	Kosten	Termin	Priorität	Verantwortliche Organisation	Wer	Mit	Status	Timing
B-Sozioökonomie	B-Sicherheit und Schutz	Durch aktive Sicherheits- und Schutzmaßnahmen schaffen wir ein verlässliches und angenehmes Umfeld für Einheimische und Gäste.	0	Digitale Kommunikation und zeitnahe Information für Gäste und Betriebe (z. B. bei Überschwemmungen, Kriminalitätsmeldungen, Sperrungen, Wegeschließungen oder Lawinengefahr). Zudem werden bestehende Drucksorten überarbeitet, die u. a. Naturrumoren, Plaziesummen, Schuttbeseitigungen und Hinweise zu achtsamem Verhalten enthalten. Die Informationen werden über alle relevanten Kanäle wie Social Media und die Website bereitgestellt.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering		2=dringend	Tourismusorganisation			ongoing	
B-Sozioökonomie	B-Barrierefreiheit	Touristische Angebote sollen möglichst für alle zugänglich sein, und wo dies nicht direkt möglich ist, sollen geeignete Alternativen geschaffen und klar kommuniziert werden.	-1	Sensibilisierungsmaßnahmen (z.B. „Südtirol für alle“) und Workshops für Betriebe werden ausgebaut, während Website und Drucksorten hinsichtlich barrierefreier Informationen überarbeitet werden. Barrierefreie Freizeitangebote sowie mögliche Vergünstigungen werden klar kommuniziert, um den Zugang für alle zu verbessern.	mittel	mittelfristig 5 Jahre	mittel	31.12.2030	2=dringend	Tourismusorganisation			ongoing	1.768
C-Kultur	C-Schutz von Kulturgütern	Die Destination stellt sicher, dass ihre kulturellen Güter erhalten und geschützt werden, um das lokale Erbe zu bewahren und einen nachhaltigen, respektvollen Tourismus zu ermöglichen.	0	Die Homepage, Drucksorten und Newsletter werden überarbeitet, um Einheimische, Betriebe und Gäste klar über relevante Regeln und Schutzmaßnahmen zu informieren. Dazu gehören Hinweise zum Verhalten in Kulturstätten, der richtige Umgang mit Artefakten oder Fossilfunden sowie die Kommunikation gesetzlicher Vorgaben zum Schutz kultureller Güter.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2025	3=wichtig	Tourismusorganisation			ok	
C-Kultur	C-Bewahrung des immateriellen Kulturerbes	Die Bewahrung des immateriellen Kulturerbes stellt sicher, dass lokale Traditionen und Bräuche erhalten bleiben und weiterhin erlebbar sind.	0	Die lokalen Traditionen und Bräuche werden über verschiedene Kommunikationskanäle (wie Social Media, Webseite und Drucksorten) für Gäste und Einheimische sichtbar gemacht. Kulturelle Programmpunkte im Wochenprogramm, traditionelle Märkte sowie die aktive Unterstützung von Vereinen wie Volkstanzgruppen und Musikkapellen tragen zusätzlich zur Weitergabe und Lebendigkeit des Kulturerbes bei.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2026	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	307
C-Kultur	C-Zugang zu Kulturstätten	Der erleichterte Zugang zu Kulturstätten fördert die Teilhabe aller Menschen am kulturellen Angebot und unterstützt einen respektvollen Umgang mit dem kulturellen Erbe. Gleichzeitig stärken klare Regeln und offene, zugängliche Formate das Bewusstsein für den Wert dieser Stätten.	1	Ein Verhaltenskodex für Kulturstätten wird ausgearbeitet, um einen respektvollen und nachhaltigen Umgang sicherzustellen. Durch kostenfreie und für alle zugängliche Veranstaltungen im Wochenprogramm sowie eine klare Kommunikation über alle Kanäle wird der Zugang zu kulturellen Angeboten erleichtert.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2025	3=wichtig	Tourismusorganisation			ok	
C-Kultur	C-Besucherlenkung bei Kulturstätten	Gezielte Besucherlenkung schützt Kulturstätten und ermöglicht ein sicheres, bewusstes Besucherlebnis. Digitale Tools helfen, Besucherströme effektiver zu steuern.	0	Mit der App „Move“ wird das Naturerlebnis sicherer und zugleich bewusster gestaltet, indem Besucherströme erfasst und Hotspots erkannt werden. Ergänzend unterstützen das Buchungssystem „Tic-Web“, geführte Veranstaltungen, Genehmigungen wie fürs Plizesammeln sowie aktive Sensibilisierung und Kommunikation den verantwortungsvollen Umgang mit Kulturstätten.	mittel	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2027	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	672
D-Ökologie	D-Naturschutz	Der Naturschutz bewahrt die ökologische Vielfalt und schützt sensible Lebensräume. Er stärkt die Resilienz gegenüber Klimafolgen und bildet die Grundlage für eine naturverträgliche Nutzung und nachhaltigen Tourismus.	-1	Zur Reduktion der Auswirkungen des Tourismus auf die natürliche Umwelt werden sensible Bereiche identifiziert und geschützt. Durch Lenkungsmaßnahmen wie Themenwege, digitale Infoportals und Besucherlenkung wird eine naturverträgliche Nutzung gefördert. Umweltbildungsangebote, Kooperationen mit Schutzgebieten sowie eine regelmäßige Überprüfung (alle 5 Jahre) und gezielte Kommunikation stärken das Bewusstsein für Naturräume und deren Schutzbedarf.	komplex	langfristig 5+ Jahre	mittel	31.12.2035	3=wichtig	Tourismusorganisation		Schutzgebiete Gemeinde	ongoing	3.594
D-Ökologie	D-Biodiversität	Der Erhalt der Biodiversität ist grundlegend für stabile Ökosysteme und die langfristige Lebensqualität in der Destination. Der Verlust von Artenvielfalt gefährdet natürliche Kreisläufe, mindert die Attraktivität der Landschaft und schwächt die Widerstandskraft gegenüber Umweltveränderungen.	0	Aufforstungsprojekte und regelmäßige Dorfsäuberungsaktionen tragen zur Förderung lokaler Biodiversität bei und stärken das Umweltbewusstsein. Die Eindämmung invasiver Arten wird gezielt unterstützt, um einheimische Lebensräume zu schützen. Durch Sensibilisierungsmaßnahmen für Gemeinde, Betriebe und Partner wird das gemeinsame Verantwortungsgefühl für den Erhalt der Artenvielfalt gestärkt.	mittel	mittelfristig 5 Jahre	mittel	31.12.2030	2=dringend	Tourismusorganisation		Schutzgebiete Gemeinde Betriebe Partner	ongoing	1.768
D-Ökologie	D-Nachhaltige touristische Angebote	Nachhaltige touristische Angebote tragen dazu bei, die Umweltbelastung zu minimieren und die natürlichen Ressourcen langfristig zu schützen. Sie fördern eine bewusste Nutzung der Landschaft, stärken das Verantwortungsbewusstsein der Gäste und schaffen gleichzeitig qualitativ hochwertige Erlebnisse, die zur Positionierung der Destination als nachhaltiges Reiseziel beitragen.	1	Nachhaltige Erlebnisse wie Kräutervandern oder „Pflanz‘ dein Bäumchen“ sind online buchbar und werden aktiv beworben. Regionale Anbieter werden einbezogen, um umweltfreundliche Angebote zu stärken und Gäste zu sensibilisieren.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	mittel	31.12.2028	3=wichtig	Tourismusorganisation		Regionale Anbieter	ok	
D-Ökologie	D-Konfliktpotential mit Umweltschutzorganisationen	Eingriffe in die Natur, z. B. durch Bauvorhaben oder touristische Infrastruktur, können zu Konflikten mit Umweltschutzorganisationen führen. Eine transparente Dokumentation kritischer Projekte sowie frühzeitige Kommunikation helfen, Vertrauen zu stärken und mögliche Spannungen zu vermeiden.	-2	Für Projekte mit potenziellen Auswirkungen auf die Natur wird offen und transparent kommuniziert – auch wenn die Destination nicht direkt zuständig oder einflussnehmend ist (z. B. Olympia 2026 oder der Bau der Kreisverkehre Ölang und Einfahrt Antholzertal).	komplex	mittelfristig 5 Jahre							ongoing	
D-Ökologie	D-Besucherlenkung in der Natur	Hohe Besucherfrequenz in sensiblen Naturräumen kann zu Störungen von Flora und Fauna sowie zur Beeinträchtigung von Wegen und Lebensräumen führen. Eine gezielte Lenkung der Besucherströme ist notwendig, um Nutzung und Schutz in Einklang zu bringen und die Natur langfristig erlebbar zu halten.	-2	Sensible Naturbereiche und Hotspots werden identifiziert und durch gezielte Lenkungsmaßnahmen wie angepasste Wegeführung, Beschilderung und Informationsangebote vor Ort und digital geschützt. So wird ein naturverträgliches Besuchererlebnis ermöglicht und die Belastung sensibler Zonen reduziert.	komplex	langfristig 5+ Jahre	hoch	31.12.2035	1=dringend+wichtig	Tourismusorganisation		Gemeinde Schutzgebiete, Partner (z.B. AVS, Forst, Umweltschutzorganisationen)	ongoing	3.594
D-Ökologie	D-Tierschutz	Der Schutz von Wild- und Nutztieren erfordert einen respektvollen Umgang sowie die Einhaltung tierschutzrechtlicher Vorgaben. Störungen oder unangemessenes Verhalten, etwa auf Almen oder bei touristischen Angeboten mit Tieren, können das Tierwohl beeinträchtigen.	0	Gäste, Betriebe und Veranstalter werden für den respektvollen Umgang mit Tieren sensibilisiert – sowohl im Naturraum als auch im Umgang mit Nutztieren und Tieren in Haltung. Verhaltensregeln werden klar kommuniziert, etwa im Kontakt mit Weidetieren, Urlaub mit Hund oder Angeboten mit Tieren wie Pferdekutschfahrten, Streichelzoo etc. Die Einhaltung tierschutzrechtlicher Vorgaben wird sichergestellt (z.B. durch Eigenerklärung der Veranstalter) und bei Bedarf in Zusammenarbeit mit zuständigen Stellen überprüft.	mittel		gering		3=wichtig	Tourismusorganisation			ok	
D-Ökologie	D-Artenschutz	Der Artenschutz ist essenziell für die Erhaltung der biologischen Vielfalt. Eingriffe in Lebensräume, Freizeitnutzung oder invasive Arten können seltene Arten verdrängen. Ein wirksamer Artenschutz erfordert Monitoring, gezielte Schutzmaßnahmen und die Einhaltung nationaler und lokaler Vorgaben.	0	Die Einhaltung artenschutzrechtlicher Vorgaben wird sichergestellt. Gäste, Betriebe und Einheimische werden durch gezielte Sensibilisierung und Aufklärung über die Bedeutung des Artenschutzes informiert. Schutzgebiete sowie Regelungen zum Verhalten im Naturraum (z.B. Plizesammeln) werden respektiert und klar kommuniziert. Zudem wird über aktuelle Herausforderungen wie die Ausbreitung des Borkenkäfers transparent informiert.	mittel	kurzfristig 1-2 Jahre	gering	31.12.2028	3=wichtig	Tourismusorganisation			ongoing	1.038
D-Ökologie	D-Energieeinsparung	Die Reduktion des Energieverbrauchs ist ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz und zur Schonung natürlicher Ressourcen. Ein bewusster und effizienter Umgang mit Energie in Betrieben, öffentlicher Infrastruktur und Mobilität hilft, Emissionen zu senken und langfristig Kosten zu sparen.	-1	In Zusammenarbeit mit der Gemeinde (z. B. im Rahmen der Klimagemeinde) werden konkrete Maßnahmen entwickelt und abgestimmt. Touristische Angebote wie z. B. Beischigung Fernheizwerk oder Tech-Touren machen das Thema für Gäste und Einheimische erlebbar und stärken das Bewusstsein für Energie- und Klimaschutz. Betriebe werden über Newsletter, praxisnahe Beispiele und konkrete Tipps laufend über Energiesparmaßnahmen informiert und für einen bewussten Umgang mit Energie sensibilisiert.	komplex	mittelfristig 5 Jahre	mittel	31.12.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation		Gemeinde, Betriebe, Partner	ongoing	1.768
D-Ökologie	D-Wasserrisiken, -management	Der verantwortungsvolle Umgang mit Wasserressourcen ist angesichts zunehmender Extremwetterereignisse, Trockenperioden und Nutzungsdruck von zentraler Bedeutung. Ein effektives Wassermanagement hilft, Risiken wie Wasserknappheit, Überlastung von Infrastruktur oder Nutzungskonflikte frühzeitig zu erkennen und gegenzusteuern.	0	Die Trinkwasserbrunnen in der Region wurden erfasst und über Refill Südtirol sichtbar gemacht. Die Kampagne „Achtsam am Berg“ sensibilisiert Gäste für einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser in den Bergen. Zudem wurde eine Sammelbestellung für nachhaltige Trinkflaschen und Glaskrüge/Trinkgläser gemacht, um den Wasserverbrauch aus Einwegplastik zu reduzieren.	mittel	mittelfristig 5 Jahre	mittel	31.12.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation		Gemeinde, Betriebe	ongoing	1.768
D-Ökologie	D-Abfallreduktion	Die Abfallvermeidung ist ein zentraler Bestandteil nachhaltiger Destinationsentwicklung. Gerade in sensiblen Natur- und Erholungsräumen führt unachtsam entsorgter Müll nicht nur zu Umweltbelastungen, sondern beeinträchtigt auch das Naturerlebnis.	-1	Ein verantwortungsvoller Umgang mit Abfall ist entscheidend für den Schutz der Natur. Durch die Unterstützung von Dorfsäuberungsaktionen, die Sensibilisierung über die Kampagne „Achtsam am Berg“ sowie Informationsangebote für Betriebe zu umweltfreundlichen Maßnahmen wird das Bewusstsein bei Gästen, Einheimischen und Partnern gestärkt und das Müllaufkommen reduziert.	mittel	mittelfristig 5 Jahre	mittel	31.12.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation		Gemeinde, Betriebe, Partner	ongoing	1.768

Bereich	Thema	Analyse	Risiko/Impact auf die Destination	Maßnahmen/Next steps	Realisierbarkeit	Umsetzungshorizont	Kosten	Termin	Priorität	Verantwortliche Organisation	Wer	Mit	Status	Timing
D-Ökologie	D-Verringerung der Treibhausgasemissionen	Die Verringerung von Treibhausgasemissionen ist ein zentraler Bestandteil nachhaltiger Entwicklung und des Klimaschutzes. Eine systematische Auseinandersetzung mit Emissionsquellen sowie die Förderung klimabewussten Handelns tragen dazu bei, langfristige ökologische Auswirkungen zu reduzieren und übergeordnete Klimaziele zu unterstützen.	-2	Gäste, Betriebe und Partner werden für klimabewusstes Verhalten sensibilisiert. Der Guest Pass fördert die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel als emissionsarme Mobilitätslösung. Betriebe werden regelmäßig über Möglichkeiten zur Emissionsreduktion informiert. Der Tourismusverein strebt die Berechnung seines eigenen CO ₂ -Fußabdrucks an, um als gutes Beispiel voranzugehen und Orientierung für Betriebe zu bieten.	komplex	mittelfristig 5 Jahre	hoch	31.12.2030	3=wichtig	Tourismusorganisation		Betriebe, Partner	ongoing	1.768
D-Ökologie	D-Umweltfreundliche Mobilität	Umweltfreundliche Mobilität zielt darauf ab, verkehrsbedingte Auswirkungen auf Umwelt und Klima zu verringern. Voraussetzung dafür sind gut zugängliche Angebote, eine funktionierende Infrastruktur sowie klare Kommunikation gegenüber Gästen, Einheimischen und Betrieben.	1	Die Nutzung umweltfreundlicher Mobilitätsangebote wird durch den Guest Pass gefördert. Ein gut ausgebautes Bus- und Zugnetz sowie ergänzende Angebote wie Skibus und Calibus Olang verbessern die Erreichbarkeit und reduzieren den Individualverkehr. E-Ladestationen für Autos und E-Bikes stehen zur Verfügung und werden aktiv kommuniziert.	einfach	kurzfristig 1-2 Jahre	hoch	31.12.2028	3=wichtig	Tourismusorganisation		MOKO	ongoing	1.038
D-Ökologie	D-Lichtverschmutzung	Lichtverschmutzung kann negative Auswirkungen auf Menschen, Tiere und die natürliche Umgebung haben. Künstliches Licht in den Nachtstunden stört natürliche Rhythmen, beeinträchtigt die Wahrnehmung des Nachthimmels und kann sensible Lebensräume belasten. Eine bewusste Lichtnutzung unterstützt den Umwelt- und Naturschutz sowie die Lebensqualität.	-2	Betriebe werden für das Thema Lichtverschmutzung sensibilisiert, insbesondere im Hinblick auf Außen- und Weihnachtsbeleuchtung. Hinweise und Empfehlungen zur Reduktion unnötiger Lichtquellen werden bereitgestellt. Die Nutzung der Light Pollution Map unterstützt das Bewusstsein für betroffene Bereiche. Öffentliche Feuerwerke sind nicht erlaubt und werden durch alternative, naturverträgliche Formen der Feierngestaltung ersetzt.	mittel	mittelfristig 5 Jahre	mittel	31.12.2030	2=dringend	Tourismusorganisation		Gemeinde, Betriebe, Partner	ongoing	1.768
D-Ökologie	D-Lärm	Lärm stellt eine potenzielle Belastung für Menschen, Tiere und Umwelt dar. Besonders in sensiblen Bereichen oder zu bestimmten Tageszeiten kann erhöhte Geräuschbelastung störend wirken. Ein bewusster Umgang mit Lärmquellen ist daher Teil einer nachhaltigen Entwicklung.	-2	Durch Lärmmessungen werden sensible Zonen identifiziert und analysiert (z.B. Staller Sattel, Funkepass). Die Ergebnisse dienen als Grundlage zur Bewertung der Verkehrsbelastung und zur Ableitung geeigneter Maßnahmen. Ziel ist es, lärmintensive Bereiche gezielt zu entlasten und die Belastung für Mensch und Natur zu reduzieren.	komplex	langfristig 5+ Jahre	hoch	31.12.2035	2=dringend	Tourismusorganisation		Gemeinde, Schutzgebiete, Partner	ongoing	3.594