

# Regenerativer Tourismus in Niederösterreich

Strategie für einen nachhaltigen Tourismus | 2024

NIEDEROESTERREICH.AT



NIEDERÖSTERREICH  
Einfach erfrischend.



# Vorwort



Nachhaltigkeit gewinnt in allen Bereichen an Bedeutung. So auch im Tourismus – und das nicht nur, weil immer mehr Gäste bei ihrer Urlaubsplanung zunehmend darauf achten. Die einladende Natur Niederösterreichs ist eines unserer stärksten Argumente, die für einen Urlaub in Niederösterreich sprechen, und lockt viele Besucherinnen und Besucher zu uns. Zur Bewahrung und Stärkung unserer Natur und unserer Gesellschaft braucht es langfristig gedachte Konzepte.

Dieser Praxisleitfaden soll Ihnen eine Hilfestellung bieten. Er ist eine Einladung, sich auf eine gemeinsame Reise in eine nachhaltigere Zukunft zu begeben. Er liefert nicht nur Orientierung, sondern auch Inspiration: Finden Sie Ihre eigenen Wege, Ihren Betrieb, Ihre Gemeinde oder Ihre Destination so zu gestalten, dass Sie, Ihre Gäste und Ihre Region langfristig profitieren.

Miteinander können wir in Niederösterreich zu Vorreitern werden, die ihr Erbe nicht nur bewahren, sondern für nächste Generationen aktiv verbessern. Gemeinsam können wir den Weg in eine Zukunft bereiten, in der Tourismus zum Treiber für Regeneration wird.

Johanna Mikl-Leitner  
Landeshauptfrau

# Inhalt

<b>WARUM REGENERATION?</b>	04
<b>VISION FÜR DEN TOURISMUS</b>	06
<b>WEIL REGENERATION IN UNSERER DNA LIEGT</b>	08
<b>RAHMENWERKE UND STANDARDS</b>	10
<b>DAS SIND UNSERE GÄSTE</b>	12
<b>BESTANDSAUFNAHME NIEDERÖSTERREICH</b>	14
<b>DIE DREI SÄULEN</b>	16
<b>IDENTITÄT</b>	20
<b>KULTUR</b>	22
<b>NATUR</b>	24
<b>WERTE DES REGENERATIVEN TOURISMUS</b>	26
<b>LUST AUF ZUKUNFT</b>	27
<b>MITEINANDER</b>	28
<b>MUT</b>	29
<b>EINE HANDLUNGSANLEITUNG</b>	30
<b>SYMPOSIUM 2023: NEUE WEGE IM TOURISMUS</b>	32
<b>BEST PRACTICE</b>	
<b>MOSTVIERTLER FELDVERSUCHE</b>	38
<b>WACHAUER MARILLENBLÜTE</b>	40
<b>THEATER- &amp; FERIENDORF KÖNIGSLEITN</b>	42
<b>MOBILITÄTSPROJEKT SEMMERING-RAX</b>	44
<b>ERLEBNIS WIENERWALD</b>	46
<b>WEINTOUR WEINVIERTEL</b>	48
<b>NACHHALTIGKEIT WAR GESTERN</b>	50
<b>KONTAKT / INFOS / IMPRESSUM</b>	52

# Warum Regeneration?

## Nachhaltiger Tourismus

Nachhaltiger Tourismus strebt an, ein Gleichgewicht zwischen Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft herzustellen. Er berücksichtigt soziale, wirtschaftliche und ökologische Aspekte, um die Bedürfnisse heutiger und zukünftiger Generationen zu erfüllen. **Ziel des nachhaltigen Tourismus ist es, die negativen Auswirkungen des Tourismus zu minimieren und gleichzeitig positive soziale, wirtschaftliche und ökologische Auswirkungen zu erzielen.** Dies geschieht etwa durch verantwortungsbewusstes Management, Rücksicht auf die lokale Kultur, Förderung von Gemeinschaftsbeteiligung und den Schutz der natürlichen Umwelt.

## Ökotourismus

**Ökotourismus ist eine spezifische Form des nachhaltigen Tourismus, die sich auf den Schutz und die Erhaltung der natürlichen Umwelt konzentriert.** Er betont die Bedeutung des Naturschutzes und der nachhaltigen Nutzung von Ökosystemen. Das Hauptziel des Ökotourismus ist es, dass Besucher:innen die Schönheit und Vielfalt der natürlichen Umgebung erleben, während gleichzeitig umweltfreundliche Praktiken und umweltschonendes Verhalten gefördert werden.

## Regenerativer Tourismus

Regenerativer Tourismus geht über den Ansatz des nachhaltigen Tourismus hinaus und strebt an, Destinationen und Gemeinschaften zu stärken und zu erneuern, anstatt sie nur zu erhalten. Er konzentriert sich darauf, die natürliche und kulturelle Umgebung zu regenerieren und den Tourismus als Instrument für positiven Wandel zu nutzen. Der regenerative Tourismus zielt darauf ab, ökologische Gesundheit, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftlichen Wohlstand zu fördern. **Das Konzept in Kürze: mehr zurückgeben als verbrauchen.**





# Was bedeutet das für den Tourismus in Niederösterreich?

## Die Nachhaltigkeits-Verantwortung

Der Tourismus steht in einer Wechselwirkung mit der Natur und der Kultur in Niederösterreich. Nachhaltiger Tourismus zielt darauf ab, negative Einflüsse des Tourismus zu minimieren und positive zu verstärken.

## Nachhaltigkeit als Mindeststandard

Nachhaltiger Tourismus ist das Mindeste, um die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der Branche zu erhalten und den Tourismus in Niederösterreich zukunftssicher zu machen.

## Es geht um Zukunft

Dafür müssen wir die Grenzen des Status quo erkennen und gemeinsam eine Richtung für die Zukunft des niederösterreichischen Tourismus vorgeben.

## Unsere Richtung heißt „Regeneration“

Wer regenerativ handelt, sieht, wo positive Auswirkungen erzielt werden und neue Potenziale gefunden werden können.

## Tourismus als Treiber von Regeneration

Regenerativer Tourismus hat das Potenzial, einen breiten positiven Einfluss auf Umwelt und Gemeinschaften zu haben. Er regeneriert, anstatt zu belasten.

## Für Natur, Kultur und Identität

Regenerativer Tourismus fördert damit die Wiederherstellung, Weiterentwicklung und Erneuerung von natürlichen Ressourcen und kultureller Identität.

**Wir sind demnach Kultivierer:innen, Erlebbarmacher:innen und Wegbereiter:innen und leben Tourismus als Treiber von Regeneration.**

# Unsere Vision für den Tourismus

Regeneration ist für Michael Duscher, den Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, nicht nur ein Schlagwort, sondern eine grundlegende Verpflichtung, die über den traditionellen Ansatz von Nachhaltigkeit hinausgeht. Im Gespräch erklärt er, wie das im Tourismus umgesetzt werden kann und welche Vision er für eine zukunftsfähige Tourismusbranche hat.

## Wie unterscheidet sich Regeneration von anderen Ansätzen wie Nachhaltigkeit oder Umweltschutz im Tourismus?

Wenn wir von Regeneration reden, meinen wir nicht, alles wird wieder gut. Wir stellen uns vor, alles wird besser. **Nachhaltiger Tourismus konzentriert sich auf die Minimierung von negativen Auswirkungen, während regenerativer Tourismus sich auf die Schaffung von positiven Auswirkungen konzentriert.** Das Ziel ist es, einen positiven Einfluss auf Umwelt, lokale Wirtschaft und Gemeinschaften zu haben, indem nachhaltige und regenerative Praktiken gefördert werden. Es geht darum, die natürlichen und kulturellen Ressourcen wiederherzustellen und zu revitalisieren, um ein florierendes und gesundes Ökosystem für alle Beteiligten zu schaffen. Ein Beispiel dafür sind die Weinviertler Kellergassen, von denen manche eine innovative Nachnutzung als Nächtigungsbetriebe erfahren. Damit geben wir uns einen starken Rahmen, in dem wir uns wirklich weiterentwickeln können und in dem der Tourismus in Niederösterreich eine erfolgreiche Zukunft hat. Wir sichern dadurch die Grundlage für unsere Aufgabe, Tourismus zu betreiben.

## Wie können Tourismusunternehmen und Destinationen diesen Weg der Regeneration gemeinsam gehen?

Der Weg der Regeneration erfordert eine Zusammenarbeit über Unternehmens- und Branchengrenzen hinweg. **Die Zukunft liegt in unseren Händen, und nur gemeinsam können wir etwas bewegen.** Es geht um Kollaboration, wie sie beispielsweise der Verein Niederösterreichische Wirtshauskultur lebt. In enger Zusammenarbeit mit regionalen Produzent:innen werden traditionelle Gerichte in den Wirtshausküchen liebevoll neu interpretiert und erlangen dadurch eine noch größere Strahlkraft nach außen. Es ist wichtig, dass wir alle zusammen hinter diesem Weg stehen, jedoch sehen wir es nicht als strikte Vorschrift. Ganz im Gegenteil, wir laden ausdrücklich dazu ein, Fragen zu stellen – denn genau dort beginnt der Prozess der Regeneration. Mit den richtigen Fragen. Und auch wir haben nicht alle Antworten, wir beginnen ja gerade erst damit, die richtigen Fragen zu stellen. Wir haben kompetente Menschen in unseren Reihen und an unserer Seite sowie auch viele Potenziale in den Destinationen und Betrieben, die es jetzt gekonnt zu mobilisieren und für eine gute Zukunft einzusetzen gilt.

### Was bedeutet Regeneration im Tourismus für Sie persönlich?

**Genauso wie Nachhaltigkeit ist Regeneration kein Ziel. Vielmehr geht es um eine Haltung und einen gemeinsamen Weg.** Und den möchten wir als Niederösterreich Werbung gemeinsam mit den Destinationen und den Betrieben gehen. Genauer gesagt, wir brauchen sie dafür, denn die Potenziale liegen ja genau in den Destinationen und den Betrieben. Ohne unsere engagierten Partner:innen wären Vorzeigeprojekte wie der RUFbus in der Region Semmering-Rax oder die Shuttle-Services während der Marillenblüte in der Wachau oder während der Weintour Weinviertel nicht möglich. Zudem geht es auch darum, sich der Risiken und zukünftigen Veränderungen, mit denen wir es zu tun haben, bewusst zu sein und im Blick zu haben, wie sich unsere Lebensumstände und auch das Verhalten unserer Gäste in den kommenden Jahren ändern wird. Wir müssen dabei berücksichtigen, was sich unsere Gäste in Zukunft wünschen und auch erwarten.

### Welche Vision haben Sie für die Zukunft des Tourismus, wenn dieser einen aktiven Beitrag zur Regeneration leistet?

**Ich sehe die Möglichkeit eines Tourismus, in dem Reisen nicht nur dazu dient, Orte oberflächlich zu erleben, sondern etwas für sich mitzunehmen und etwas da zu lassen.** Es wird viel mehr um echte Begegnungen gehen. All das funktioniert nur, wenn wir authentischen Tourismus betreiben. Wenn Menschen, Natur und Kultur im Einklang miteinander existieren und Tourismusbetriebe sowie Gäste gleichermaßen die Verantwortung dafür übernehmen. Wir dürfen unseren Gästen, glaube ich, auch mehr zutrauen. Auch ihnen liegt etwas am Erhalt und der Regeneration der Orte, die sie besuchen. Sie sehnen sich nach der authentischen Identität, der Tradition, dem Echten. Mit dieser Vision im Kopf kann dieser Weg wirklich Spaß machen und vor allem gut werden.

„Auch wir haben  
**nicht alle Antworten,**  
wir beginnen ja gerade erst damit,  
**die richtigen Fragen zu stellen.“**

*Michael Duscher*



Regenerativer Tourismus ist für Michael Duscher kein kurzlebiger Trend, sondern gekommen um zu bleiben.

# Weil Regeneration in unserer DNA liegt

**In einer Welt ohne vorgefertigte  
Rezepte gestalten wir die Zukunft  
als individuelle Reise, auf der alle  
ihren eigenen Weg finden. Unser  
Weg: Erneuern statt erhalten.**

Was bedeutet es, regenerativen Tourismus zu betreiben? Ist es ein Ziel, eine Haltung, ein Zustand? Wie sieht eine „regenerative“ Zukunft aus? Die Fragen nach dem Status quo, der Zukunftsvision und realistischen Prognosen ranken sich um das Thema: Was kann Tourismus leisten? Ist es ein Zurück in die Vergangenheit oder ein Sprung in eine neue Welt?

## **PARADIGMENWECHSEL**

In Niederösterreich ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Konzept, sondern ein essenzieller Bestandteil des Ganzen. Damit machen wir unsere Hausaufgaben. Ein Standard, der sich im Tourismus durchsetzt und selbstverständlich zur neuen Qualität des Gastgebens wird.

## **WERT-SCHÄTZE**

Regeneration bedeutet für uns, einen Schritt weiterzugehen und die wunderbaren Potenziale, die unser Land besitzt, für viele erlebbar zu machen. Besucher:innen mit Orten und ihren Bewohnern:innen zu verbinden. Mit Traditionen, die wir seit Generationen sorgsam in die Zukunft führen. Mit kulinarischen Erlebnissen, die das Echte, das Vielfältige der Region schmeckbar machen.





# Regeneration braucht spezielle Fähigkeiten. Manche sind uns in die Wiege gelegt, andere müssen wir entwickeln, um ihre volle Stärke auszuspielen. Machen wir uns bewusst, welche Zutaten das Rezept hat:

## 1. Hausaufgaben machen.

Regeneration beginnt mit Nachhaltigkeit als Standard. Es geht um Fakten und Daten als Startpunkt für den Weg in die Zukunftsfähigkeit.

## 2. Regional denken und handeln.

Die Zukunft liegt in der Nähe: Kurze Wege und authentische Erlebnisse schaffen. Gemeinsam planen und die Wertschöpfung in der Region stärken. Das Gute liegt oft viel näher als man denkt – auch die Erfolgsbeispiele!

## 3. Mut zur Einfachheit.

Weniger, aber qualitativ hochwertiger. Die Sehnsucht nach etwas, das echt und nicht austauschbar ist, wächst, je digitaler unsere Welt wird.

## 4. Die Welt mit offenen Augen betrachten.

Gäste lieben es, Schätze zu finden. Die Entdeckungen verbinden sie mit einer Region: der Geschmack einer alten Obstsorte oder ein intimes kleines Festival in authentischer Umgebung. Solche Erlebnisse sind unbezahlbar.

## 5. Stärken zu Neuem bündeln.

Durch die Zusammenarbeit von Produzent:innen, Gastwirt:innen, Kulturschaffenden und der Natur können wir neue Netzwerke knüpfen und unsere starken Wurzeln achtsam weiterentwickeln, um Gäste nachhaltig zu begeistern.

## 6. Win-win-Situation kreieren.

Die Natur wird zur Bühne für unvergessliche Erlebnisse und Regionen profitieren wieder von ihrer Biodiversität, während Menschen aus regionalen Ressourcen Nutzen ziehen können. Regeneration hat die Kraft, viele und vieles zu bereichern.

# Rahmenwerke und Standards

Der regenerative Weg ist individuell und authentisch: Destinationen und Betriebe machen sich zunächst mit ihrem eigenen Fundament vertraut und bauen dann mit konkreten Maßnahmen und Kommunikationsstrategien darauf auf. Das Fundament aus Identität und Werten der Destination oder des Betriebes wird durch ein positives Zukunftsbild gestärkt: Wo wollen wir hin? Wofür stehen wir? Was ist authentisch für unsere Region? Wie soll sich ein regenerativer Urlaub für einen Gast bei uns anfühlen?



© Julius Hirtzberger

Der nachhaltige Tourismus bietet mit seinen etablierten Rahmenwerken und Standards eine fundierte und messbare Grundlage, um den eigenen Weg zu finden:

### **Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen**

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung stellen eine politische Zielsetzung der UN-Mitgliedsstaaten von 2015 dar und sind in 169 Unterzielen (oder Zielvorgaben) konkretisiert. Für Destinationen und Betriebe sind sie vor allem als Kommunikationstool interessant.



### **Die Standards des Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**

Die GSTC-Standards sind international anerkannte Kriterien und Indikatoren für die Nachhaltigkeit von Tourismusunternehmen und -destinationen sowie der MICE-Branche. Sie umfassen die vier Bereiche nachhaltiges Management sowie kulturelle, sozioökonomische und ökologische Nachhaltigkeit und bieten eine tourismusspezifische Basis auf dem Weg Regeneration. Die Kriterien dienen auch als Grundlage für die Zertifizierung von Nachhaltigkeit. Die Einhaltung dieser Rahmenwerke und Standards kann somit durch verschiedene Zertifizierungen bestätigt werden. Die Österreich Werbung hat dafür Empfehlungen für anerkannte Zertifizierungen ausgesprochen.



### **Der Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie**

Als weltweit verbreiteter, branchenübergreifender Ansatz bietet die Gemeinwohl-Ökonomie einen ganzheitlichen Ansatz, der auf zwei Prinzipien basiert: Erhöhen des Gemeinwohls statt Gewinnmaximierung und Kooperation statt Konkurrenz. Die Gemeinwohl-Matrix ist besonders für Betriebe interessant, die ihren Beitrag bewerten wollen und umfasst Aspekte wie Menschenwürde, Solidarität und Gerechtigkeit sowie ökologische Nachhaltigkeit. In Niederösterreich ist das Unternehmen Sonnentor Kräuterhandels GmbH ein perfektes Beispiel dafür, dass ein gutes Leben für alle und die Sicherung einer intakten Umwelt nicht im Gegensatz zu ökonomischer Wirtschaftlichkeit stehen müssen.

Der regenerative Weg im Tourismus ist eine spannende Reise, in der jeder Betrieb und jede Destination eine aktive Rolle spielen müssen. Durch den Bezug auf fundierte Rahmenwerke und Standards kann der Niederösterreichische Tourismus gemeinsam mit Ihnen als Wegbereiter für eine regenerative Zukunft losgehen.

# Das sind unsere Gäste

## Nachhaltigkeit und Regeneration aus der Milieu-Perspektive

Um gezielt regenerativen Tourismus betreiben zu können, muss man wissen, wer damit angesprochen werden soll. Immer mehr Menschen wollen ihren Urlaub verantwortungsvoll gestalten und setzen dabei auf echte, unverfälschte Erlebnisse. Sinus-Milieus sind eine gute Basis dafür, die Bedürfnisse der Zielgruppe besser kennenzulernen. Sie verdeutlichen, was die verschiedenen Lebenswelten bewegt, welche Werte bestimmend sind und welcher Lifestyle gepflegt wird. Denn soziale Zugehörigkeit wird heute nicht nur von sozioökonomischen Kriterien geprägt, sondern auch von Gemeinsamkeiten im Lebensstil.

## Für regenerativen Tourismus in Niederösterreich ist das sogenannte postmaterielle Milieu die Kernzielgruppe.

Das große Thema der Zukunftsfähigkeit wird vor allem vom klassischen Establishment und der jungen postmodernen Elite forciert. Dieses postmaterielle Milieu versteht sich als weltoffen, kritisiert aber auch Gesellschaft und Zeitgeist. Themen wie Umwelt und Naturschutz, verantwortungsvoller Konsum, Diversität, aber auch Achtsamkeit und Respekt bilden die Grundlage für ein hohes verantwortungsethisches Bewusstsein. In Umwelt-, Natur- und Klimaschutzfragen hoch sensibilisiert, trifft dieses Milieu Genuss- und Ernährungsentscheidungen ganz bewusst und liebt authentische, echte Erlebnisse. Genau dort setzt regenerativer Tourismus an. Während Nachhaltigkeit oft eng mit Klimaschutz verbunden wird, geht regenerativer Tourismus bewusst darüber hinaus und bedient mit einem vielfältigen Angebot die Gästebedürfnisse des postmateriellen Milieus.





Besucher:innen aus dem postmateriellen Milieu sind bereit, für nachhaltige Angebote auch mehr zu zahlen.

## Zahlen und Fakten zum postmateriellen Milieu

(Quelle: Sinus-Institut, Heidelberg, 2023)

- **11 %** der **Österreicher:innen** zählen zu dieser Gruppe.
- **Leitmotiv:** „Ein **gutes Leben** in **Verantwortung** für sich selbst und andere.“
- **90 %** verbinden „**Nachhaltigkeit**“ eng mit „**klimaneutral**“.
- **77 %** möchten bei der **Urlaubswahl** das **Klima nicht** (noch) mehr **belasten**.
- **71 %** ist eine Anreise mit der **Bahn** wichtig. Gegenüber **alternativen Antriebstechnologien** und **E-Mobilität** zeigen sie sich aufgeschlossen.
- **83 %** bevorzugen **regionale Produkte**.
- **63 %** bevorzugen **Produkte** aus dem **unmittelbaren Umkreis**.
- **Großer Wert** wird auf **pflanzliche Alternativen** gelegt. **Vegan** und **vegetarisch** liegen im Trend.



© Jessica Lerchenmüller

In Niederösterreich greifen Natur-, Kultur- und Kulinarik-Erlebnisse harmonisch ineinander. Vieles davon ist mit der Zeit gewachsen und bildet ein stabiles Fundament, um neuen kreativen Impulsen Raum zu geben. In Niederösterreich bewahren wir das Wertvolle, beschützen das Schöne und schätzen das Neue.

# Bestandsaufnahme Niederösterreich



**Fünf UNESCO-Welterbestätten** liegen in Niederösterreich. Neben der **Bahnanlage am Semmering** und der **Kulturlandschaft Wachau** zählen seit 2021 die **historische Kurstadt Baden** und der **römische Donaulimes** dazu. Hinzu gesellt sich das UNESCO-Weltnaturerbe **Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal**, das somit seit 2017 in einer Reihe mit dem Grand Canyon, den Galapagosinseln oder dem Great Barrier Reef steht.

Niederösterreich ist eine Bühne für guten Geschmack: **Verschiedene kulinarische Entdeckertouren** führen quer durch das Bundesland und seine Regionen. Doch auch abseits davon leisten Winzer:innen, Gastwirt:innen und Produzent:innen kontinuierlich Innovationsarbeit in Sachen Genuss.

Gut zu wissen: Im Mostviertel stehen **über 300.000 Birnbäume** und bilden damit das größte zusammenhängende Gebiet von Birnbäumen auf Streuobstwiesen in Europa. Auch nicht schlecht: In der Wachau werden jährlich rund **3.000 Tonnen Marillen** geerntet. Niederösterreich ohne Wein ist nicht vorstellbar. Das Bundesland hat etwa **27.000 Hektar Wein-Anbaufläche**, zirka die Hälfte davon ist im Weinviertel zu finden. Das macht die Region zum **größten Weinbaugebiet Österreichs**. Rund 50 Prozent der Rebfläche sind mit Grünem Veltliner bestockt und der Großteil der Weinbaufläche des Bundeslandes liegt am Donauström.

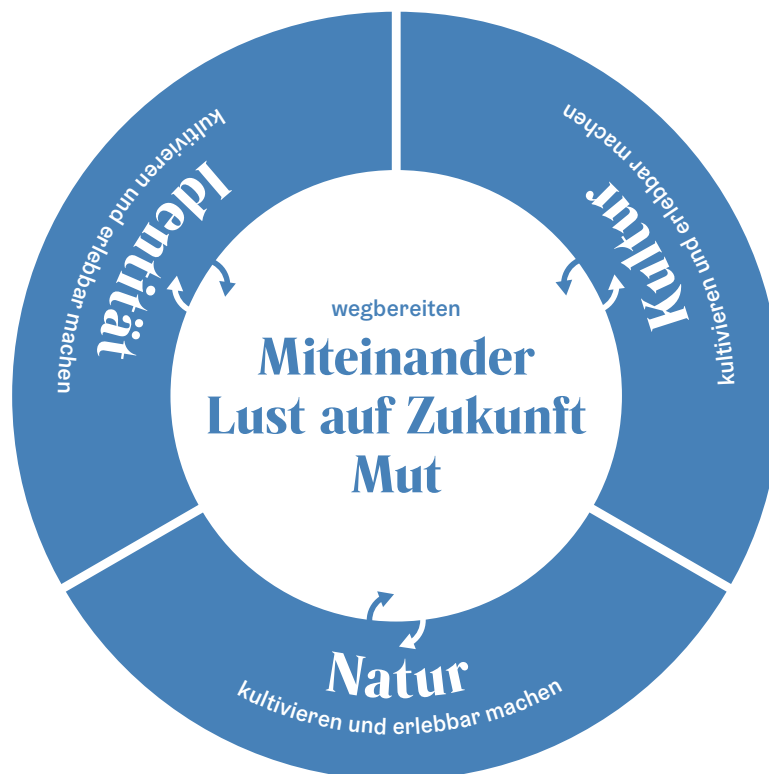
Niederösterreich lässt sich auf **über 15.000 Kilometern Berg- und Wanderwegen** erkunden. Insgesamt zählt das Land **19 Naturparke** und mit den Donauauen und dem Thayatal sogar **zwei Nationalparks**. Für Erkundungen mit dem Rad steht ein Radwegenetz von insgesamt **rund 3.300 Kilometern** zur Verfügung. **Über 340 Routen** machen Biker:innen die Entscheidung nicht einfach.

Niederösterreich ist ein Kulturland. Es gibt **über 700 öffentlich zugängliche Museen und Sammlungen, Gedenkstätten und Ausstellungshäuser, Themenwege und Lehrpfade**. Darunter fallen auch die **über 70 Burgen, Schlösser und Ruinen** und **15 Stifte und Klöster**. Außerdem ist Niederösterreich ein echtes Festival-Land, das zwischen Hoch- und Popkultur liebevoll und sorgfältig kuratierte Festivals anbietet und von Musik über Bühne, Kunst und Fotografie bis Literatur auf keine Spielart vergisst.

Die Voraussetzungen in Niederösterreich sind gut. Nun geht es darum, sie auszuschöpfen.

# Die drei Säulen des regenerativen Tourismus in Niederösterreich

Identität, Natur und Kultur: Diese drei Säulen bilden das Fundament des regenerativen Tourismus in Niederösterreich. Sie helfen dabei, Potenziale in Kompetenzen umzuwandeln. Denn unser gemeinsames Vorhaben als Tourismusregion Niederösterreich ist kein kurzlebiger Trend, sondern eine langfristige Strategie.



## Erläuterungen zum strategischen Kompass des regenerativen Tourismus in Niederösterreich:

Die drei Säulen „Identität“, „Kultur“ und „Natur“ sind als Handlungsfelder zu verstehen, die es durch den Tourismus in Niederösterreich (Niederösterreich Werbung, Destinationen und Leistungsträger:innen) zu kultivieren und erlebbar zu machen gilt. Diese Handlungsfelder werden vom Tourismus so gestaltet, dass sie einen positiven Einfluss auf Menschen (Gäste wie Einheimische) und Umwelt haben. „Wegbereiten“ beschreibt die Art und Weise, wie dieser Prozess gestaltet ist: nämlich durch „Lust auf Zukunft“, „Miteinander“ und „Mut“.



# Identität

**Was sind die einzigartigen Merkmale und Werte unserer Region?  
Wie können wir die Authentizität Niederösterreichs durch  
regenerativen Tourismus bewahren und fördern?**

## Identität kultivieren und erlebbar machen

- Förderung des immateriellen Kulturerbes durch die Wertschätzung von lokalen Traditionen und Brauchtum
- Unterstützung von Betriebsstrukturen, die lokale Ressourcen und Netzwerke nutzen und weiterentwickeln
- Einbindung regenerativer Prinzipien in die Produktentwicklung, um Identität erlebbar zu machen
- Hervorheben persönlicher Geschichten, um eine authentische Verbindung zu den Gästen herzustellen
- Vernetzung und Zusammenarbeit als Grundlage für gemeinsame Wertschöpfung

## Praxistipps

- Als Hotel traditionelle Handwerkskunst durch das Einbinden von Produkten lokaler Kunsthandwerker:innen fördern: z. B. Türschilder von regionalen Drechsler:innen gestalten lassen.
- Als Destination Produkte entwickeln, die den Gästen die Möglichkeit geben, die Identität des Ortes bzw. der Region zu verstehen und schätzen zu lernen: z. B. Touren anbieten, die die lokale Identität durch gemeinsame Aktivitäten mit Einheimischen erlebbar machen.

# Kultur

**Welche lokalen Traditionen machen uns aus? Wie können wir die  
künstlerische, historische und soziale Kultur in Niederösterreich durch  
regenerativen Tourismus bewahren und fördern?**

## Kultur kultivieren und erlebbar machen

- Revitalisierung und Nutzung historischer Gebäude für kulturelle Veranstaltungen
- Wertschätzung und Weitergabe regionaler Traditionen und Bräuche
- Entwicklung und Inszenierung der einzigartigen Identität von Orten und Regionen
- Kulturleben als Bindeglied zwischen Einheimischen und Gästen
- Kulturelle Erlebnisse als Quelle persönlicher Entwicklung und Bereicherung

## Praxistipps

- Als Betrieb Workshops und Kurse anbieten, die Gästen ermöglichen, traditionelle Handwerkskunst oder Kochtechniken zu erlernen.
- Als Gemeinde alte Gebäude als kulturelle Zentren für Ausstellungen, Veranstaltungen und Workshops nutzen oder lokale Künstler:innen und Kultureinrichtungen fördern, um Gästen ein authentisches Erlebnis vor Ort zu bieten.
- Als Destination Produkte zu lokalen Festen und Veranstaltungen unter Einbeziehung der regionalen Bevölkerung entwickeln.



Niederösterreichs weit verzweigtes Radwegenetz schafft ein besonderes Bewusstsein für Naturräume.

## Natur

**Welche natürlichen Ressourcen, Landschaften und Biodiversitäts-Merkmale definieren Niederösterreich? Wie können wir mit regenerativem Tourismus natürliche Lebensräume erhalten oder wiederherstellen?**

### Natur kultivieren und erlebbar machen

- Biodiversität in Erlebnisräumen durch Planung und Management schützen
- Ressourcenschonende Maßnahmen auf allen Ebenen setzen
- Kreisläufe und Wertschöpfungsketten regenerativ gestalten
- Regionale Produkte und Sortenvielfalt inszenieren und erlebbar machen
- Wechselwirkung zwischen Menschen und Natur hervorheben

### Praxistipps

- Als Betrieb auf erneuerbare Energien, effizientes Ressourcenmanagement und ökologische Bauweise setzen.
- Als Gastronomiebetrieb auf saisonale und regionale Speisen setzen und mit lokalen Produzent:innen zusammenarbeiten, um die Vielfalt der Region zu präsentieren.
- Als Destination den harmonischen Umgang mit der Natur und den lokalen Ökosystemen vermitteln: z. B. in der Produktentwicklung die Natur als regionale Besonderheit miteinbeziehen.

## Mobilität

Mobilität hat Auswirkungen auf die Umwelt und Natur in Niederösterreich und bewirkt einen erheblichen Teil des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes jeder Reise – doch in ihr liegt auch eine Chance. Unsere Vision ist eine klimafreundliche touristische Mobilität. Wir möchten Gäste und touristische Unternehmen zu klimafreundlichem Verhalten inspirieren und gemeinsam mit touristischen Leistungsträger:innen Möglichkeiten schaffen, jegliche mit dem Tourismus verbundene Mobilität klimafreundlicher zu gestalten.

Dazu gehört die Reduktion der Verkehrsemissionen pro Aufenthaltstag durch die verstärkte Nutzung öffentlicher sowie emissionsneutraler Verkehrsmittel und die Verwendung erneuerbarer (regenerativer) Energien. Gleichzeitig sollen Aktiverlebnisse wie Radfahren und Wandern bewusst angeboten und kommuniziert werden. Auch die Stärkung der Regionalität in der Beschaffung und damit die Einsparung langer Transportwege spielt eine wesentliche Rolle.

Mobilität regenerativ zu gestalten kann zum Beispiel bedeuten, Begegnung zu fördern, indem gemeinsam genutzte Verkehrsmittel wie der ÖPNV oder Sharing-Konzepte den Individualverkehr im eigenen Pkw ersetzen. Die Entwicklung der Mobilitätsinfrastruktur spielt hier eine entscheidende Rolle. Wie kann Mobilität die Begegnung zwischen Einheimischen und Gästen bewusst fördern? Wie können versteckte Naturschätze mit sanfter Mobilität erlebbar gemacht und gleichzeitig als Geheimtipp wahrgenommen werden?

Regenerative Mobilität fördert Begegnung, Verbundenheit, Entschleunigung und Gesundheit – als aktiver Teil unseres gemeinsamen regenerativen Weges.

# Identität

## Was uns einzigartig macht

Wer als Gastgeber:in einzigartige Erlebnisse in der Region schaffen möchte, muss deren Einzigartigkeit zuvor selbst erkannt haben. Das ist die Voraussetzung für erfolgreichen regenerativen Tourismus, der identitätsstiftende Besonderheiten nutzen möchte. Werden wir uns also dessen bewusst, was uns einzigartig macht!

## Immaterielles Kulturerbe fördern

Welche Besonderheiten kommen uns spontan in den Sinn, wenn wir an unsere Regionen denken? Vielleicht ist es das regionale Brauchtum, die regionale Handwerkskunst, der markante Hausberg, das traditionelle Abfischen der Teiche oder die typischen Mohnnudeln? Vielleicht gibt es spezielle Anbauarten in der Gegend? Oder man denkt an Sagen, die man von klein auf erzählt bekommt? An Bräuche, die man heute noch lebt, wie etwa das jährliche „In die Grean gehen“ in den Weinviertler Kellergassen? So wie Niederösterreich selbst mit seiner wunderbaren landschaftlichen Vielfalt lassen sich auch einzelne Regionen in keine Schublade stecken.

## Identität erlebbar machen

Und dann? Dann lassen Sie uns überlegen, wie wir diese individuelle Identität für Gäste erlebbar machen können. Dabei gilt es, regionale Kreisläufe und Netzwerke weiterzuentwickeln sowie Betriebsstrukturen zu unterstützen. Denn Vernetzung ist die Basis für Wertschöpfung und trägt zusätzlich auch zur Sicherung der Betriebsnachfolge bei. Lasst uns die Menschen hinter den Angeboten und ihre persönliche Motivation in den Mittelpunkt unserer Erzählungen rücken. Unsere Gäste lieben schließlich authentische Geschichten und Eindrücke.

---

## Praxisbeispiele

Lesen Sie auf den Seiten 38 und 39 mehr darüber, wie das Mostviertel Identität erlebbar macht und Produzent:innen, Köch:innen und Gäste zusammenbringt oder auf den Seiten 44 und 45, wie in den Wiener Alpen in Niederösterreich die touristischen Kernkompetenzen Kultur und Bewegung in der Natur durch ein attraktives Mobilitätsangebot miteinander verbunden werden.





Niederösterreich hat seine eigene einzigartige Identität, die es für regenerativen Tourismus zu nutzen gilt.



„Es stellt sich immer die Herausforderung, wie es gelingt, eine jahrhundertalte Kulturlandschaft erlebbar zu machen, aber auf eine sensible Art und Weise, die das Ganze in seiner Authentizität dennoch erhält. Beim Welt-erbesteig schlägt man mehrere Fliegen mit einer Klappe. Einerseits kann man dadurch die Wachau von ihrer besten Seite erleben – also die Natur, das Wasser, die Landschaft und auch den Wein. In der Wachau geht beides Hand in Hand, hier gibt es kaum Natur ohne Kultur. Gleichzeitig ist es ein nachhaltiger, sanfter Tourismus. Es ist rundum eine stimmige Möglichkeit, eine Region zu erkunden.“

---

Ingeborg Hödl  
Site-Managerin  
UNESCO Welterbe Wachau

# Kultur

## Türen auf und Bühne frei

Mindestens so vielfältig wie die Natur sind auch die niederösterreichischen Kulturangebote. Was versteht regenerativer Tourismus unter Kultur? Kultur schafft Erlebnisse, die persönliche Entwicklung ermöglichen. Ein gutes Konzert oder ein interessanter Museumsbesuch hört nicht bei der Veranstaltung selbst auf. Das Erleben der Region trägt dazu bei, dass man sich als Gast besonders gerne zurückerinnert, davon erzählt und auch wiederkommt.

## Brauchtum, Tradition und Natur

Jede Region in Niederösterreich bietet Möglichkeiten für eine individuelle Ausflugsgestaltung. Wer zukunftsfähige Konzepte kreieren möchte, muss lokale Kulturprogramme miteinbeziehen. Eine Besonderheit liegt etwa in der Kombination von Kultur mit Kulinarik- und Naturerlebnissen. So laden zum Beispiel Weingüter zu Lesungen, Konzerten oder Weinspaziergängen. Denn zum Begriff der Kultur zählen neben den klassischen Kunstgattungen auch altehrwürdige Vierkanthöfe, Brauchtümer oder regions-typische Traditionen wie der Anbau alter Rebsorten.

## Eine lebendige Zukunft

Regenerativer Tourismus möchte unter dem Begriff Kultur die bunte Vielfalt kreativer Talente mit Geschichten der Vergangenheit und Zukunft verbinden. Das Erleben von Kultur ermöglicht es sowohl Einheimischen als auch Gästen, zu verstehen, welche Entwicklungen die Gegenwart geformt haben. Es lässt uns aber auch in die Zukunft blicken, indem wir Potenziale erkennen. Was es dafür in jedem Fall braucht, ist ein positives Zukunftsbild.

---

## Praxisbeispiele

Lesen Sie auf den Seiten 42 und 43 mehr darüber, wie im Theater- & Feriendorf Königsleitn im Waldviertel Kunst und Kultur an unsere Gäste von morgen vermittelt und die Einheimischen in Projekte eingebunden werden und auf den Seiten 48 und 49, wie das Weinviertel mit einem Mobilitätsangebot zur Weintour Weinviertel seine Weinkultur erlebbar macht.



Kultur kann viele Formen annehmen und muss auf ebenso viele Weisen vermittelt werden.



Ohne den umgebenden Naturraum kann Kultur nicht entstehen.

© Maximilian Salzer



© Christof Wagner

„Viele unserer Weingärten wurden noch vom Großvater gepflanzt, nach dem Zweiten Weltkrieg. Das sind unglaublich schöne Reben mit einer Spannweite von bis zu sieben Metern und irrsinnig dicken Stämmen. Das Besondere bei so alten Rebstöcken ist, dass sie bis zu 25 Meter tief wurzeln und so an Mineralien und Bodenprofile herankommen, die ein junger Rebstock mit einem Wurzelsystem von gerade einmal 30 Zentimetern natürlich nicht erreichen kann. Das macht die Weine der alten Rebstöcke so viel ausdrucksstärker als die der jungen.“

Marion Ebner-Ebenauer,  
Winzerin



© Fred Lindmoser

Traditionelle Instrumente werden mit neuen Rhythmen in atemberaubender Naturkulisse kombiniert.

REGENERATIVER TOURISMUS  
DIE DREI SÄULEN

# Natur

## Schätze, die uns umgeben

Luft holen, auftanken und die Natur mit allen Sinnen spüren. Was für uns selbst alltäglich erscheinen mag, ist für Besucher:innen aus dem urbanen Raum oft eine neue Erfahrung. Wer in der Stadt lebt, hat vielleicht noch nie selbst Birnen gepflückt, barfuß auf der Wiese gefrühstückt, Schwammerln gesammelt, Fichtenwipferl genascht oder ganz einfach einen Tag ohne Handy verbracht.

## Natur als Ressource inszenieren

In einer Zeit, die von großen Veränderungen geprägt ist, sehnen sich viele Menschen nach Stabilität, Entschleunigung und echten Erfahrungen. All diese Qualitäten sind in der Natur zu finden. Wir als Tourismusbetriebe dürfen unsere Rolle darin sehen, Gäste zu inspirieren. Sie sollen die Vielfalt der Natur entdecken und eine Beziehung zu dieser aufbauen. Sie sollen echten Geschmack dort erleben, wo er herkommt. Indem Naturräume erlebbar werden, wird auch deutlich, warum sie schützenswert sind.

## Naturerfahrungen und Outdoor-Erlebnisse

Für so besondere Orte braucht es besondere Begleiter:innen. Auch hier können wir regionale Netzwerke nutzen und weiterentwickeln. Wanderführer:innen bringen den Gästen die Naturparke auf persönliche Weise näher, Pilgerbegleiter:innen unterstützen auf unbekanntem Wegen, Bergführer:innen zeigen die besten Kletterspots und eine junge Generation von Produzent:innen erzählt über nachhaltige Produktionsabläufe. So umfassend zeigt sich das Angebot in Niederösterreich.

---

## Praxisbeispiele

Lesen Sie auf den Seiten 46 und 47 mehr darüber, wie der Wienerwald Natur für alle Sinne inszeniert oder auf den Seiten 40 und 41, wie die Donauregion die Marillenblüte mit sanfter Mobilität erlebbar macht.



**„Um zu erkennen, wie Natur unsere Kultur beeinflusst, muss man eigentlich nur in unsere Wälder schauen. Der Wienerwald besteht zum Großteil aus Buchenwald. Frankfurter, Knacker, Speck, Käse, Fisch – all diese Dinge werden mit Buchenholz geräuchert. Diese typischen Geschmäcker, die wir mit regionalen Lebensmitteln verbinden, kommen eigentlich direkt aus dem Buchenwald. Mit Ende der Eiszeit sind Buchenwälder und unsere Vorfahren quasi gleichzeitig nach Europa gekommen. Da gibt es eine unglaublich tiefe Geschichte.“**

—  
**Artur Cisar-Erlach,  
Waldökologe**





© Gerald Demolsky

Natur gilt es nicht nur zu schützen, sondern unsere tiefe Verbundenheit mit ihr erlebbar zu machen.

REGENERATIVER TOURISMUS  
DIE DREI SÄULEN

# Die Werte des regenerativen Tourismus in Niederösterreich

In der Theorie über regenerativen Tourismus zu sprechen, ist das eine. Ein entsprechendes Projekt zu starten und auch dranzubleiben, ist das andere. Doch nur durch Handlungen können Visionen zur Wirklichkeit werden. Dafür braucht es Pionier:innen. Denn sie tun, was noch kaum jemand vor ihnen getan hat. Ihr Weg begeistert und ermöglicht es anderen, nachzufolgen – besonders jenen Menschen, die schon immer Veränderung wollten, aber nie so recht wussten, wie sie starten sollen.

Von den Produzent:innen, Winzer:innen und Gastronom:innen zu den Hotelbetreiber:innen, Wanderführer:innen und Künstler:innen – in allen Beteiligten schlummern Potenziale, die vielleicht nur einen kleinen Anstoß brauchen, um sich vollständig entfalten zu können. Sie sind die Wegbereiter:innen in die Zukunft. Wie wir die Dinge vorantreiben, hängt stark von unserer Perspektive ab. Neues in die Welt zu bringen, braucht neue Qualitäten im Tun. **Dazu gehört, ein aufrichtiges „Miteinander“ zu leben, „Lust auf Zukunft“ zu haben und vor allem viel „Mut“.**

**Als Wegbereiter:innen werden wir es gemeinsam schaffen, die Wege in Richtung regenerativer Zukunft leichter begehbar zu machen.**

# Lust auf Zukunft

Auf dem Weg in eine wünschenswerte, regenerative Zukunft spielt das Mindset eine entscheidende Rolle: ein gemeinsames Bewusstsein für die unumgängliche Notwendigkeit von planetarischer, sozialer und wirtschaftlicher Regeneration.

Doch ein Wandel unserer Denkweise ist nicht nur in Bezug auf das „Warum“ gefragt. Auch eine effektive Umsetzung von Maßnahmen erfordert Veränderungen unseres Mindsets, um nicht an den Grenzen gewohnter Abläufe stehen zu bleiben. Ein solcher Wandel bedeutet beispielsweise, über eine kurzfristige Gewinnmaximierung hinauszublicken, um langfristig tatsächlichen Mehrwert für die Region zu schaffen.

Wir müssen sicherstellen, dass unsere Ziele und Maßnahmen auf unseren Werten basieren und nicht auf Überzeugungen, die das Erreichen dieser Ziele behindern. Eine erfolgreiche Zusammenarbeit erfordert ein gemeinsames Ziel, eine gemeinsame Vision. Eine starke Vision hilft, die gewünschten Veränderungen in der Gegenwart zu verankern.

Im Streben nach einem regenerativen Tourismus in Niederösterreich muss die Zukunftsfähigkeit der Region daher im Zentrum aller Handlungen und Maßnahmen stehen.



# Miteinander

**Regenerativer Tourismus gibt keinen einheitlichen Weg vor. Alle müssen und dürfen ihren eigenen Weg finden und entsprechende Schritte setzen.**

**Was uns als Akteur:innen in Niederösterreich eint, ist ein positives Zukunftsbild. Es zeigt die vielen verschiedenen Farben der Individualität, die gemeinsam ein eindrucksvolles Bild ergeben, das gerne bestaunt wird. Soll heißen: Dem regenerativen Tourismus liegt eine ganzheitliche Denkweise zugrunde, in der alle Beteiligten voneinander lernen, sich gegenseitig inspirieren und fruchtbare Beziehungen aufbauen.**

**Gemeinsam lassen sich echte Erlebnisse für Gäste schaffen und ein neues Verständnis für die jeweilige Region vermitteln – inklusive bereichernder Interaktionen mit den Menschen hinter den Angeboten: mit jenen, die ihr Handwerk ehrlich und mit Begeisterung pflegen, die Tradition mit Innovation verbinden und die die landschaftlichen Besonderheiten zu schätzen wissen.**

**Dieser kooperative Tourismusansatz hat nicht nur glückliche Gäste zur Folge, er wird auch zum Treiber für die Weiterentwicklung der natürlichen Ressourcen und kulturellen Identitäten.**

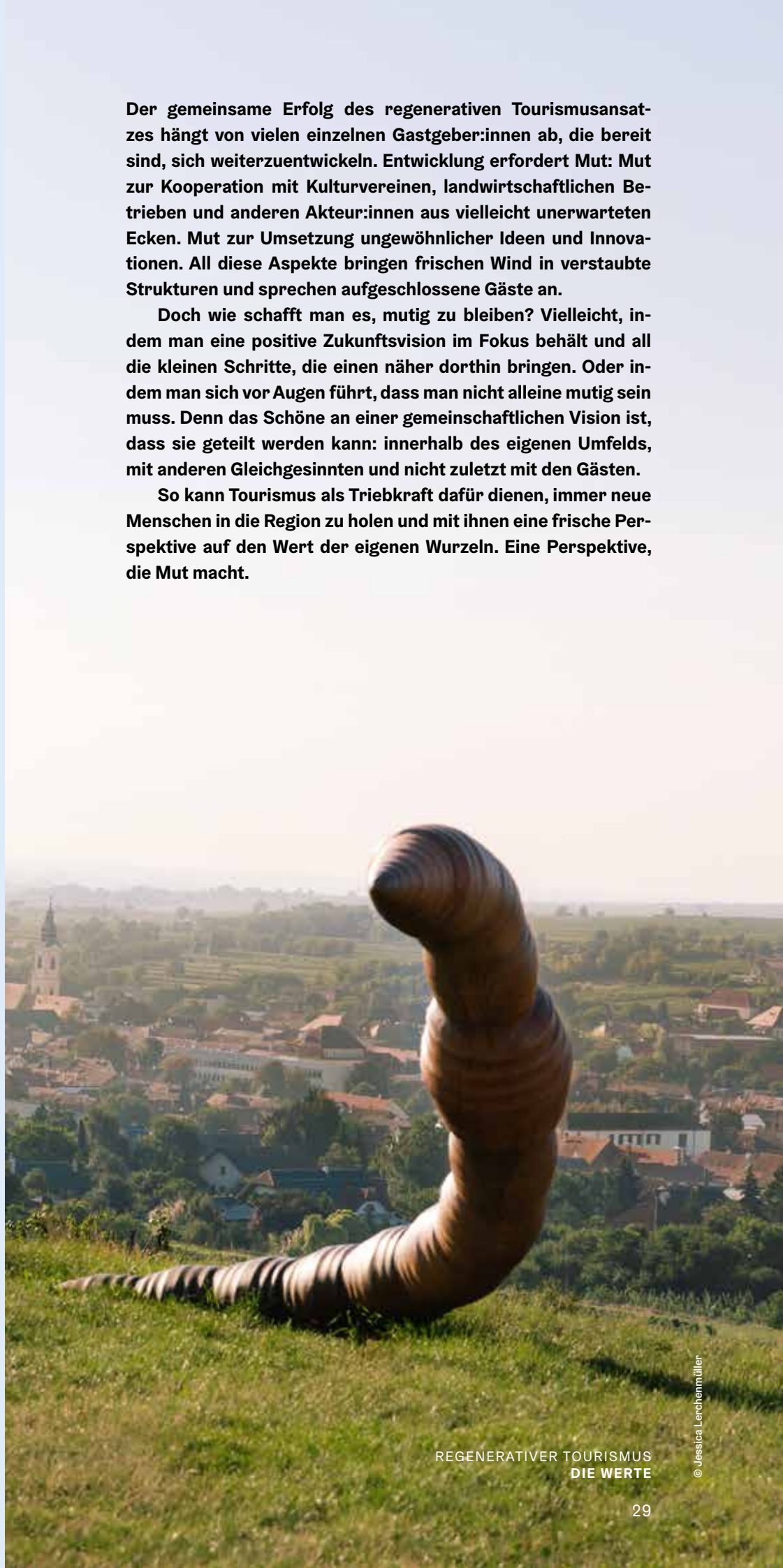


# Mut

Der gemeinsame Erfolg des regenerativen Tourismusansatzes hängt von vielen einzelnen Gastgeber:innen ab, die bereit sind, sich weiterzuentwickeln. Entwicklung erfordert Mut: Mut zur Kooperation mit Kulturvereinen, landwirtschaftlichen Betrieben und anderen Akteur:innen aus vielleicht unerwarteten Ecken. Mut zur Umsetzung ungewöhnlicher Ideen und Innovationen. All diese Aspekte bringen frischen Wind in verstaubte Strukturen und sprechen aufgeschlossene Gäste an.

Doch wie schafft man es, mutig zu bleiben? Vielleicht, indem man eine positive Zukunftsvision im Fokus behält und all die kleinen Schritte, die einen näher dorthin bringen. Oder indem man sich vor Augen führt, dass man nicht alleine mutig sein muss. Denn das Schöne an einer gemeinschaftlichen Vision ist, dass sie geteilt werden kann: innerhalb des eigenen Umfelds, mit anderen Gleichgesinnten und nicht zuletzt mit den Gästen.

So kann Tourismus als Triebkraft dafür dienen, immer neue Menschen in die Region zu holen und mit ihnen eine frische Perspektive auf den Wert der eigenen Wurzeln. Eine Perspektive, die Mut macht.



# Eine Handlungsanleitung

Regenerativer Tourismus ist vielfältig und fördert unterschiedliche Ansatzpunkte. Die folgende Handlungsanleitung bietet Platz für Initiativen, Projekte und völlig neuartige Erlebnisse. Er lädt zu individueller Interpretation ein.



## 1. Ganzheitlich planen und handeln

Tourismus ist Teil eines größeren Ökosystems. Beziehen Sie lokale Gemeinschaften, Unternehmen und NGOs in den Planungsprozess mit ein und decken Sie somit vielfältige Perspektiven und Fachkenntnisse ab. Dabei gilt es, immer ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte zu berücksichtigen.

## 2. Natürliche Ressourcen erhalten

Identifizieren Sie empfindliche Ökosysteme und Naturgebiete und setzen Sie Maßnahmen zu deren Schutz und Erhaltung. Die Förderung einer nachhaltigen Landwirtschaft und umweltfreundlicher Lebensmittelproduktion trägt maßgeblich zum Erhalt der ökologischen Vielfalt bei.

## 3. Kultur wertschätzen und weiterentwickeln

Unterstützen Sie lokale kulturelle Programme, Veranstaltungen und Aktivitäten, um diese zu fördern. Sie helfen damit, das Erbe Niederösterreichs weiterzutragen.

## 4. Kleinstrukturiertheit und Authentizität fördern

Werden kleine, lokale Unternehmen und Unterkünfte gefördert, stärkt das die regionale Wirtschaft. Schaffen Sie authentische Erlebnisse für Besucher:innen und vermeiden Sie dabei eine Überlastung der Umwelt und der regionalen Gesellschaft durch große Besucher:innenmassen.

## 5. Infrastruktur mit Technologie nachhaltig gestalten

Ein Umstieg auf erneuerbare Energiequellen, sorgsames Ressourcenmanagement und Kreislaufwirtschaft schonen die Umwelt und langfristig auch das Budget. Nutzen Sie zur Verbesserung der Effizienz neue Technologien, z. B. für Buchungen, Information und Kommunikation.

## 6. Durch Information bilden und sensibilisieren

Informieren Sie Ihre Gäste über die lokale Natur, Kultur und die Auswirkungen ihres Verhaltens. Bildungsprogramme können Besucher:innen zu respektvollem und umweltbewussten Denken und Verhalten ermutigen.

## 7. Partner:innenschaftlich zusammenarbeiten

Zusammenarbeit mit regionalen Gemeinschaften und Unternehmen fördert das Erreichen von gemeinsamen Zielen. Nachhaltige Initiativen werden effizient vorangetrieben, wenn Ressourcen und Fachwissen geteilt werden.

## 8. Fortschritte messen und überwachen

Klare Indikatoren und Kennzahlen lassen den Fortschritt in Richtung regenerativem Tourismus verfolgen. Überwachen Sie die Wirkung der Maßnahmen laufend und passen Sie Ihre Strategie bei Bedarf an.

## 9. Langfristige Perspektiven schaffen

Vision und Strategie für regenerativen Tourismus sollen langfristig sein, um ihre tatsächliche Wirkung zu erzielen. Das Einholen von Feedback dient als gute Grundlage, um eine kontinuierliche Verbesserung voranzutreiben.

---

### Praxistipp

Betriebe und Destinationen können sich für Workshops und Unterstützung im Prozess melden. Eine zentrale Anlaufstelle als Kontakt sowie weiterführende Links sind auf der Rückseite der Broschüre zu finden.



Anspruchsperson  
für regionale  
Produkte  
Gastronomie

Seoul projekt  
in form von ...  
... ..

③  
Sitzung

Ausgabe  
...

...

...



# Symposium 2023: Neue Wege im Tourismus

Mit regenerativem Tourismus soll die Art, wie wir urlauben oder selbst Gäste beherbergen, nicht bloß besser und nachhaltiger gestaltet, sondern auch bereits verursachte Schäden wieder gutgemacht werden. Wie das konkret gehen kann, diskutierte die Branche auf Schloss Eckartsau.

Den Mutigen gehört die Welt, sagt man. Auf Schloss Eckartsau gehört den Mutigen das Wort; zuvorderst dem Mutigsten von allen, die an diesem Tag zusammengekommen sind, um über die Zukunft des Tourismus in Niederösterreich zu reden: Zeno Stanek. Was anderen locker für ein Lebenswerk reicht – das erfolgreiche Etablieren zweier Festivals abseits aller Zentren und Ballungsräume, Schrammelklang und HIN & WEG – war für den Wahlwaldviertler bloß der Beginn. Auch wenn er das selbst lange nicht wusste und vielleicht auch gar nicht wahrhaben wollte. Doch als ein nahegelegener Hotelkomplex, der mit seinen Besitzer:innen in die Jahre gekommen war, vor der Schließung stand, musste Stanek initiativ werden. Der Betrieb war wichtig für den Standort, um Künstler:innen und einen kleinen Teil der Festivalgäste gleich direkt am Litschauer Herrensee unterbringen zu können. Unterstützt von einem Investor wagte Stanek schließlich sogar selbst den Schritt zum Herbergsbetreiber.

## NICHT BLOSS KULISSE

Mittlerweile ist die runderneuerte Anlage dabei, sich als „Theater- & Feriendorf Königsleithn“ einen Namen zu machen. Hauptsächlich holt man Kinder- und Jugendgruppen, die hier die Freude am Schauspiel entdecken („und damit auch neue Seiten an sich selbst“, so Stanek). Auch Work-

shops für Erwachsene, Teambuilding-Veranstaltungen und Seminare sollen irgendwann für eine ganzjährige Auslastung sorgen. Das Einzugsgebiet reicht über Wien und Linz hinaus und geplanterweise auch weit nach Tschechien hinein.

„Wir sind hier am Ende der Welt“, sagt Stanek, „aber wir sind hier auch am Anfang einer anderen Welt.“ Mit Betonung auf Anfang. Denn alles braucht Zeit im äußersten Waldviertel, nichts geht von heute auf morgen – dafür ist vieles ambitioniert und in allerlei Hinsicht vorbildlich: Bereits seit 2013 ist Schrammelklang ein zertifiziertes Green Event. Das Theaterfestival HIN & WEG gibt es erst seit 2018, mittlerweile trägt es auch das Umweltzeichen, propagiert regionale Verpflegung. Jahr für Jahr wird der Bio-Anteil bei den Speisen erhöht und vegane Kost gewinnt an Bedeutung. Auch wenn Stanek am Ende seiner Präsentation launig bekennt: „Die Wildschweine gehen in Königsleithn ja quasi durch unseren Vorgarten. Die nicht auch zu essen, wäre falsch!“

Applaus für einen Kulturmacher, der zum Tourismusunternehmer und Regionalentwickler geworden ist. Applaus für ein Beispiel, das wunderbar zeigt, wie im Idealfall alles ineinandergreift, ineinandergreifen muss: Bevölkerung und Kultur,

Beherbergung und Kulinarik, Verpflegung und Gastfreundschaft. Und dass es Personen braucht, die andere begeistern und mitzureißen vermögen. Die mit Beharrlichkeit und Bedacht Visionen in die Wirklichkeit bringen. Und dass es auch ein Zuarasta sein kann, dem gelingt, was niemand zu träumen gewagt hätte.

„Es ist schön zu sehen, dass Niederösterreich gedanklich so weit ist“, wird Jasmine Bachmann später sagen, die als Geschäftsführerin des Vereins Naturparke Niederösterreich 19 Naturparkregionen überblickt. **„Man hat erkannt, dass wir einen Naturraum brauchen und nicht bloß eine Kulisse, dass wir einen Lebensraum und Wirtschaftsraum sichern müssen, um Tourismus zu sichern.“**

## „Zusammen geht es immer leichter.“

In der Gemeinschaft, in der Kooperation steckt so viel Kraft und Energie drinnen.“

*Andreas Purt, Geschäftsführer Mostviertel Tourismus GmbH*

Wie das gelingen kann, wird in Eckartsau jetzt erst einmal theoretisch erörtert. Das große Thema des Tages ist der „Regenerative Tourismus“, dem sich die Niederösterreich Werbung verschrieben hat. Warum, das erklärt Michael Duscher, oberster Touristiker des Landes. Einerseits weil es notwendig ist. „Wir müssen jetzt eh dann gleich nur endlich extrem schnell damit anfangen“, scherzt Duscher, sich der Dringlichkeit bewusst.

Den Klimawandel und was er für die Branche bedeutet – das Ende der Schneesicherheit, veränderte (An-)Reisegewohnheiten, andere Mobilitätsbedürfnisse vor Ort – braucht man hier nicht mehr zu erklären. Das ist allerspätestens Common Sense, seit man einander vor einem Jahr traf, um schon mal darüber zu reden, wie der notwendige Wandel möglichst bewusst gestaltet werden kann.



© Michael Holzweber

Die Säulen des regenerativen Tourismus in Niederösterreich wurden auf Schloss Eckartsau vorgestellt.

Doch auch abgesehen davon kann man davon ausgehen, dass der regenerative Ansatz – der nicht nur eine weitere Vergrößerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes vermeiden, sondern auch bereits verursachte Schäden wieder gutmachen möchte – in Niederösterreich auf besonders fruchtbaren Boden fällt. Gemäß den Sinus-Milieus, einer Methode, die Zielgruppen nicht mehr wie früher anhand von Alter und Herkunft beschreibt, sondern über gemeinsame Werte und Einstellungen, erachten gleich mehrere derart erfassbare Bevölkerungsgruppen Nachhaltigkeit als überdurchschnittlich relevant.

### GUTE VORAUSSETZUNGEN

Wir sprechen sowohl vom sogenannten traditionellen Milieu, als auch vom konservativ-gehobenen Milieu, vom postmateriellen sowie vom neoökologischen Milieu. Unterdurchschnittlich relevant ist das Thema nur für nostalgisch bürgerliche, prekäre, konsum-hedonische Milieus, Performer:innen und die sogenannte adaptiv-pragmatische Mitte. Gute Voraussetzungen also.

Besonders interessant: das Milieu der Postmaterialist:innen, das in Österreich immerhin elf Prozent der Gesamtbevölkerung über 14 Jahren ausmacht. Die „weltoffenen Kritiker:innen von Gesellschaft und Zeitgeist“ werden von Michael Duscher näher vorgestellt. Sie wollen gutes Leben in Verantwortung, für sich selbst und andere. Sie reisen bevorzugt mit der Bahn und bevorzugen nach Möglichkeit Produkte aus dem unmittelbaren Umkreis des Urlaubsorts. Nachhaltigkeit ist für sie mit dem Wort klimaneutral verbunden. Hier lässt sich ansetzen. „Was können wir proaktiv tun? Wie kann Tourismus die Welt besser machen?“, fragt Duscher und spricht vom „genauen Gegenteil von Greenwashing“.

### DIE KRAFT DES UMDENKENS

Konkrete Antworten versucht man beim Symposium auf Schloss Eckartsau in Workshops zu finden. Mit Trainerin Clara Gulde beschwört man „die Kraft des Umdenkens“ und sucht gemeinsam „das Mindset für eine regenerative Zukunft“. Mit



Michael Duscher präsentiert den mutigen Weg der Regeneration und lädt zum gemeinsamen Beschreiten ein.



Die Influencerin Linda Meixner gibt in ihrer Workshop-Session Einblicke in das „Offline-Dorf“.

© Michael Holzweber

dem Digital Storyteller Machiel van der Veer werden visuelle Kommunikationsstrategien analysiert und weltweit erfolgreiche Werbevideos auf ihren Greenwashing-Gehalt untersucht.

Auf besonders großes Interesse stößt Linda Meixner vom Offline Institute. Sie stellt das „Offline-Dorf“ vor und sammelt die Handys der Teilnehmenden für den Rest des Nachmittags ein. Viele spüren die Entzugserscheinungen, ihre eigene Handysucht. Im Anschluss wird ein begeisterter Teilnehmer trotzdem kritisch fragen, ob das wirklich das Ziel sein könne, dass Gäste gar keine Fotos mehr von ihren schönen Erlebnissen in ihren Netzwerken verbreiten.

### TOURISMUS UND GEMEINWOHL

In den „Geh-Sprächen“, die von Hannes Götsch, einem auf besondere Orte spezialisierten Projektentwickler, begleitet werden, dreht sich alles um Authentizität und darum, wie man es schafft, optimistisch zu bleiben. Angeleitet von Franziska Albers, die als Beraterin die Themen Gemeinwohl und Tourismus vereint, sieht man „Kooperation als Katalysator“ und fragt: „Was kann der regionale Tourismus zu einer nachhaltigen Gesellschaft beitragen?“

Eine Insel dient als Ausgangspunkt für eine Runde, die sich angeregt von Vanessa Vivian Waitsch einer „Theory of Change für Niederösterreich“ widmet. Eine solche soll in den nächsten Jahren gemeinsam erarbeitet werden. Als Vorbild dient dabei erst einmal keine Grenzregion, sondern das Projekt „Embrace Whidbey and Camano Islands“. Der regenerative Ansatz von „Embrace“

ermöglichte es den beiden vor Seattle und Vancouver gelegenen US-Inseln, den erdrückenden Overtourism in den Griff zu bekommen. Dafür wurde in Washington State weit nach vorne gedacht – und eine 100-Jahr-Strategie entwickelt. **Davon ließ sich eine Mission ableiten und ein auf die ersten paar Jahre angelegter Aktionsplan.**

Eine kleine Gruppe in Eckartsau wollte das dann auch handfest an einer konkreten Problemstellung versuchen. Die Fragen dabei: Wie sieht die



In der Atempause hat Clara Gulde für klare Köpfe und neue Energie gesorgt.

gewünschte Zukunft aus? Welche Veränderungen braucht es, um diese zu erreichen? Was sind mögliche erste Schritte? Wie lässt sich Veränderung messen? Und: Wie und womit können wir genau jetzt anfangen?

Man stelle sich vor: eine 300-Seelen-Gemeinde, eingebettet in eine wunderschöne Voralpenlandschaft. Die Lage: herrlich, aber zu niedrig gelegen, um weiterhin vom Skisport profitieren zu können. Der Lift ebenso wie die touristische Infrastruktur: veraltet und nicht mehr State of the Art. Beschneigung keine ernsthafte Option. Allorts fehlt die Orientierung. Die Abwanderung hält an. Das Durchschnittsalter der Dagebliebenen: 64 Jahre. „Wo sieht man den Ort in 40 Jahren?“, fragt jemand. Betroffenes Schweigen. Womöglich läge das Durchschnittsalter dann bei 104 Jahren.

## KRÄFTE BÜNDELN

Das konkrete Beispiel zeigt: Man braucht ordentlich Optimismus. Denn man könnte auch auf Degrowth setzen – und alles sanft auflassen. Geisterdörfer gibt es schließlich in vielen Weltgegenden, auch im Alpenraum. Konzentrieren wir uns stattdessen also auf Gegenden, die besser angebunden sind. Bündeln wir Kräfte und den öffentlichen Verkehr. Das wäre ein radikaler Ansatz. Zu radikal, ist man sich einig. Also wird überlegt: Welche Geschichten lassen sich aus der Geschichte des Ortes erzählen? Wie kann man sich den identitätsstiftenden Berg der Gegend zunutze machen, ohne austauschbare oder veraltete Ansätze zu verfolgen? Was braucht es, um jungen Leuten eine Perspektive zu bieten? Um Leute wie Zeno Stanek für die Gegend zu begeistern ...

Wir sehen jedenfalls: Patentlösung gibt es keine. Konkrete Ansätze werden in Eckartsau aber viele angedacht. Nach einem langen, fordernden Tag ist man zwar müde, vor allem aber ermuntert. Man verlässt das Schloss grübelnd mit Ideen, Impulsen und bei Gesprächen gefassten Vorsätzen, diesen und jene für die Sache gewinnen zu müssen. **„Mir war nicht klar, dass das, was wir hier tun, mutig ist“, bekennt Michael Duscher am frühen Abend nachdenklich. „Aber jetzt haben es mir so viele gesagt, dass es extrem mutig ist, dass ich es langsam glaube. Aber: Wir machen das jetzt einfach.“**

Den Mutigen wird eine bessere Welt gehören, davon ist auszugehen.



## Ad personam

**Thomas Weber ist Gründer und Herausgeber von BIORAMA und der Buchreihe „Leben auf Sicht“ (Residenz Verlag), Autor und Kolumnist (Die Presse, Bauernzeitung). Er lebt und arbeitet in Wien und im Marchfeld. Im Juli 2023 wurde sein Artikel über eine Waldviertler Bauernfamilie, für die sich die Milchwirtschaft nicht mehr rechnet und deren Sohn in Wien für Veganismus und Tierrechte kämpft, in Kanada mit dem Star Prize for Print ausgezeichnet, dem weltweit wichtigsten Agrarjournalismuspreis.**

# Mostviertler Feldversuche

Wenn sich das Mostviertel kulinarisch zum Versuchslabor verwandelt, wird mit regionalen Zutaten experimentiert – aber auch damit, wie das Verhältnis von Köch:innen, Produzent:innen und Gästen neu gedacht werden kann.



Theresia Palmetzhofer kochte schon auf der ganzen Welt, bevor sie in Neuhofen an der Ybbs den Familienbetrieb übernahm.



Für gute Küche braucht es immer zumindest drei Gruppen von Menschen. Die Produzent:innen, die die Rohstoffe liefern, sie sorgsam anbauen, aufziehen und mitunter veredeln. Die Gastronom:innen, die diese Produkte in kulinarische Meisterwerke verwandeln und sie in entsprechendem Ambiente servieren. Und nicht zuletzt die Gäste, die diese ganze Arbeit und Kreativität zu schätzen wissen.

#### EXPERIMENTE UNTER BIRNBÄUMEN

Was passiert, wenn diese drei Gruppen in neuen Kombinationen und an ungewohnten Orten aufeinandertreffen, das erproben die Mostviertler Feldversuche. **Etwa, wenn Haubenköchin Theresia Palmetzhofer zusammen mit Doris Farthofer von der Destillerie Farthofer unter Birnenbäumen kulinarische Experimente wagt.** „Es geht darum, gemeinsam mit dem Gast neue Sachen auszuprobieren oder Produkte zu veredeln“, erklärt Palmetzhofer. „Einmal habe ich ein Schwein zerlegt und dabei erklärt: Was gibt es da für Teile, was kann man da draus machen. Und Doris hat einen Schnaps dafür gebrannt. Ein anderes Mal haben wir ein ganzes Huhn verarbeitet – bis hin zur Kralle.

Aus der haben wir eine Art Popcorn gemacht. Die Gäste haben die Hühner gerupft und zerlegt. Das gehört eben dazu.“

**Die Mostviertler Feldversuche bieten somit nicht nur neuartige kulinarische Erlebnisse, sondern fördern auch eine Nähe zu den Produkten.** Sie verdeutlichen, wo diese herkommen, wie sie verarbeitet werden, was sie sind. Die enge Zusammenarbeit mit regionalen Produzent:innen ist Palmetzhofer aber auch abseits der Mostviertler Feldversuche wichtig: „Das ist extrem spannend und wird zum Glück immer mehr. Zum Beispiel, wenn ich für die Damen, die mich mit Eiern beliefern, die Eierschalen aufhebe. Die verfüttern diese dann wieder an die Hühner, die Kalk brauchen. Das ist ein schöner Kreislauf. **Auch mit den Gästen ist die Kommunikation eine andere, wenn man sagen kann: Die Wachteln kommen von dort drüben, Luftlinie zehn Kilometer.**“

Die Mostviertler Feldversuche zeigen, wie mit Konzentration auf Regionalität, mit Mut zu Experimenten und mit einem Verständnis für die Kreisläufe, in die Gastronomie immer eingebunden ist, neue, nachhaltige Wege beschritten werden können.

„Regionalität bedeutet für mich  
**Heimat und Verbundenheit**  
und einen anderen Respekt vor den Produkten“

*Theresia Palmetzhofer*

# Wachauer Marillenblüte

Jedes Frühjahr verwandelt sich die Wachau in ein zauberhaftes Blütenmeer. Dieser besondere Anblick lockt tausende Gäste an. Die Region bietet ihnen sanfte Mobilitätsangebote, von denen nun auch die ansässigen Betriebe profitieren.





Wenn sich die Knospen der 100.000 Marillenbäume öffnen, erstrahlt das Weltkulturerbe Wachau in zartem Rosa – ein außergewöhnlich schönes Naturschauspiel, das sich jedoch nur wenige Wochen lang bestaunen lässt. Für die Wachauer:innen sind diese Wochen die Besucher:innen-stärksten des Jahres. Die Kehrseite der Medaille: Hohes Verkehrsaufkommen und Staus entlang der sonst so idyllischen Obstgärten, viele Schaulustige reisen mit dem Auto an.

### KOOPERATION ERMÖGLICHT UMSETZUNG

Im Jahr 2023 riefen die Welterbe-Gemeinden daher das Projekt „Wachauer Marillenblüte“ in Kooperation mit der Donau Niederösterreich Tourismus GmbH und dem Verkehrsverbund Ost-Region ins Leben. Ziel war, den öffentlichen Verkehr und sanfte Mobilitätsangebote in der Region zu fördern. **„Wir möchten einen Anreiz schaffen, die Wachau autofrei zu besuchen und die Marillenblüte stressfrei zu genießen“**, sagt Bernhard Schröder, Geschäftsführer der Donau Niederösterreich Tourismus GmbH.

### KOSTENLOSE BUSLINIEN

Konkret bedeutet das: An den beiden Wochenenden der Hauptblütezeit können die Buslinien in der Wachau kostenlos genutzt werden. Von Krems oder Melk aus – beide Städte sind mit Bahn oder Auto gut erreichbar und lassen sich dank ihres kulinarischen und kulturellen Angebots

hervorragend in die Reise integrieren – können Gäste gratis mit dem Bus weiterreisen. Kombiniert mit den nextbike Verleih-Stationen, der Wachaubahn und den Schiffen der DDSG Blue Danube lässt sich die Region bequem erkunden, wobei der VOR AnachB Routenplaner bei der Planung hilft.

### ERLEBNISSE IN DER NATUR

**Neben dem durchdachten Mobilitätsangebot setzt die Region auf die Förderung von Naturerlebnissen.** Auch die zahlreichen Wanderwege der Region bieten sich dazu an, die Marillenblüte auf verschiedenen Routen zu erleben. Den ansässigen Betrieben wiederum bringen die Wege entspannte Laufkundschaft an ihre Türen.

Vorteilhafte Beziehungen aufzubauen ist für den regenerativen Tourismus entscheidend. Die Region Wachau zeigt eine Möglichkeit dafür auf.



Bernhard Schröder, Geschäftsführer der Donau Niederösterreich Tourismus GmbH

„Neue Mobilitätsangebote  
**entlasten nicht nur die Umwelt,**  
sondern schaffen auch ein attraktives Angebot für unsere  
Gäste. **Wichtig für ein Gelingen ist die Zusammenarbeit.“**

*Bernhard Schröder*

Auftanken, erleben, inspirieren. Nach seiner Neuausrichtung mit Fokus auf Kultur und Bildung, Natur und Kulinarik ist das Theater- & Feriendorf Königsleitn wieder touristischer Leitbetrieb.



© Stephan Mussil

Das Theater- & Feriendorf Königsleitn, ein Ort der Erholung und der Kultur

BEST PRACTICE

# Theater- & Feriendorf Königsleitn



© Benjamin Wald

Das energieautarke Veranstaltungs- und Probenhaus MOMENT ist das Herzstück von Zeno Staneks Theater- & Feriendorf.



© Maria Hohl

Zeno Stanek, Geschäftsführer des Theater- & Feriendorfs Königsleiten

„Eigentlich ist das Theater- & Feriendorf ein **Bildungsprojekt.** Wir kümmern uns damit um die **Zukunft der Gesellschaft.**“

Zeno Stanek

Das Theater- & Feriendorf Königsleiten sei in einem Dreieck aus Kunst, Genuss und Bildung zu verorten, meint Zeno Stanek. Die weitläufige, direkt am Litschauer Herrenalpe See gelegene Anlage wurde im Frühjahr 2022 nach umfangreicher, aber bedachter Sanierung und inhaltlicher Neuaufstellung wiedereröffnet – mit Stanek als Initiator, Miteigentümer und Geschäftsführer. Zuvor hatte der Theaterregisseur aus Wien als „Zuagrasta, der picken geblieben ist“ ebendort mit dem Schrammel Klang Festival und dem Theaterfestival HIN & WEG – **unter bewusster Einbindung der lokalen Bevölkerung** – zwei Kulturformate aus der Taufe gehoben, die im nördlichen Waldviertel auch in touristischer Hinsicht nachhaltige Impulse setzen sollten.

**UNGLAUBLICHE ENERGIE**

Ganz so weit hergeholt war es also nicht, dass die Vorbesitzer auf der Suche nach einem Käufer für das in die Jahre gekommene Feriendorf gerade ihn ins Auge gefasst hatten. „Zuerst dachte ich noch, ich bin ja nicht wahnsinnig“, erinnert sich Stanek. Aber der Keim war damit gesetzt. Bestimmt zwei Jahre habe er darüber nachgedacht, was man aus der Anlage machen könnte, was vernünftig wäre und was mit dem zusammenpassen würde, was er und seine Mitstreiter:innen mit ihren

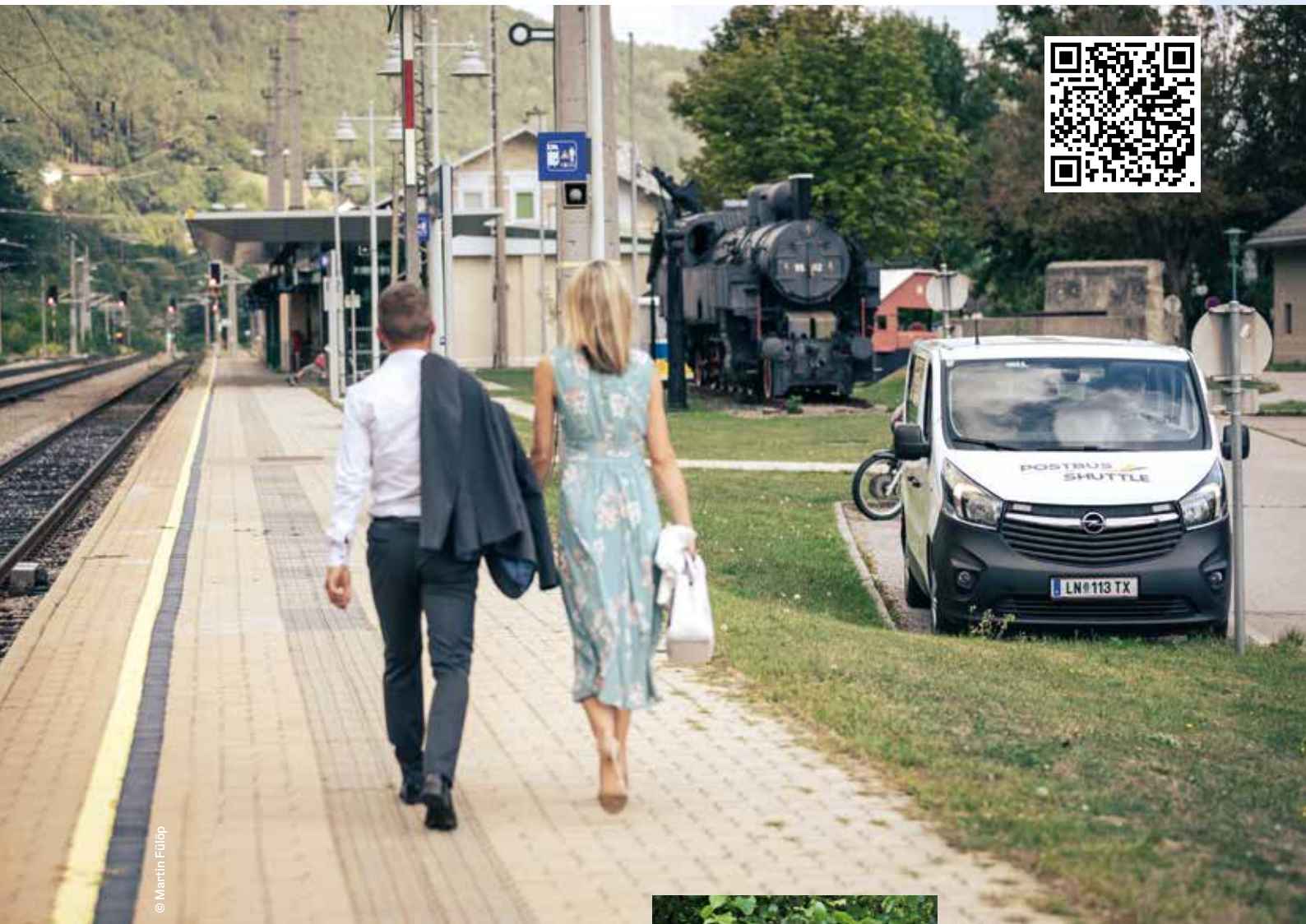
beiden Festivals in Litschau bereits tun. „Die Idee war es letztlich, diese unglaubliche Energie, die wir hier im Sommer hochwirbeln, ins restliche Jahr zu ziehen und Theaterworkshops anzubieten.“

Was uns unweigerlich zur Bildung führe, so Stanek: „Es ist ein Kreislauf: ohne Bildung keine Kunst. **Wir müssen den Menschen Kunst näher bringen, ihnen zeigen, dass sie nichts Anstrengendes ist. Sobald man ein bisschen etwas darüber weiß, kann man sie schon genießen.** Mit unseren Workshops wollen wir den Weg zur darstellenden Kunst, zum Theater ebnen.“

**NATUR UND GENUSS**

Im Theater- & Feriendorf Königsleiten wird dabei mehrfach auf Bestehendem aufgesetzt. So ist etwa das bisherige Freizeitangebot auf dem autofreien Areal – Sportanlagen und ein Spielplatz – auch nach der Renovierung erhalten geblieben. Zusätzlich locken der Herrenalpe See und die ihn säumenden Wälder mit kühlem Nass und bester Luft. Aber nicht nur die Natur des Waldviertels lässt sich hier genießen und verleiht neue Kraft, sondern auch ihre Kulinarik. Im Restaurant Dorfwirt kredenzt Küchenchef Klaus Hölzl regionale Küche rund um Fisch, Wild, Erdäpfel und Mohn in einer inspirierenden Interpretation. Zeno Stanek: „**Ich sage immer: ‚Die Menschen gehen von hier anders weg, als sie gekommen sind.‘ Und das ist wirklich so.**“

# Mobilitätsprojekt Semmering-Rax



© Martin Fülöp

Öffentliche Anreise leicht gemacht:  
Der RUFbus macht autofreie Urlaube  
und Ausflüge möglich.



© Tourismusverband Semmering-Rax

Christian Blazek,  
Tourismus-Chef der Region  
Semmering-Rax-Schneeberg

**Das Mobilitätsangebot in der Region Semmering-Rax-Schneeberg macht autofreie Urlaube, Tagesausflüge in die Natur oder die Alltags erledigungen einfach und bequem – und richtet sich dabei an alle. Mit dem RUFbus wird ein Pilot- zum Vorzeigeprojekt.**

Wenn es um die Entwicklung und Umsetzung regenerativer Mobilitätskonzepte geht, ist die Region Semmering-Rax-Schneeberg so etwas wie ein Aushängeschild. Man hat sich zum Ziel gemacht, die Region mit ihren rund 165 km<sup>2</sup> autofrei erlebbar zu machen. Herzstück des Pilotprojekts, das 2022 gestartet ist, ist ein Wander- und Kultur-Shuttle-Service: der RUFbus. „Dieses Service soll die letzte Meile schließen und Gäste direkt, unkompliziert und schnell zu Ausflugszielen, Kul-

„Der RUFbus soll  
**für Einheimische  
und Gäste**  
in der Region die letzte  
Meile schließen.“

*Christian Blazek*

turveranstaltungen und Hotels bringen“, erzählt Christian Blazek, Tourismus-Chef der Region Semmering-Rax-Schneeberg. Zusätzlich wurden die RUFbus-Linien Richtung Schwarzau und auf das Preiner Gscheid erweitert, um die bereits vorhandenen Linienbusse zu verstärken. Zu Recht wurde das Projekt, das den Individualverkehr und somit auch den CO<sub>2</sub>-Ausstoß verringert, mit dem Tourismuspreis Niederösterreich ausgezeichnet.

#### **REIZVOLLES KONZEPT**

Dabei war die Corona-Pandemie ein wichtiger Treiber für das Konzept, wie sich Blazek erinnert: „Während der Pandemie suchten viele Menschen

die Nähe zur Natur. Am Straßenrand und in Feldern geparkte Autos sorgten für Konfliktpotenzial bei Anrainer:innen.“ Schnell war ein Lösungsansatz gefunden: **„Wir wollen, dass unsere Gäste so wenig wie möglich mit dem Auto fahren müssen. Das geht aber nur, wenn Ausflugsziele öffentlich gut erreichbar sind“, so Blazek.**

Die sogenannten Mobilitäts-Hubs, wo Gäste ihre Autos stehen lassen können und von dort aus öffentlich zu ihrem Ziel gebracht werden, sind ein Anfang, um den (Privat-)Verkehr in den Griff zu bekommen. In Zeiten, in denen immer mehr Haushalte auf weniger Auto setzen, hat das Shuttle-Konzept RUFbus jedenfalls seinen Reiz. Und man tut in der Region einiges, um es noch reizvoller zu machen. Statt 30 hat man nunmehr über 120 (mögliche) Haltestellen in der gesamten Region installiert. **Dabei richtet sich das Angebot nicht nur an Urlauber:innen und Tagesgäste, sondern auch an Einheimische, die den RUFbus für ihre persönlichen Erledigungen nutzen können.**

#### **ATTRAKTIVE PREISGESTALTUNG**

Der Alltag, ein Ausflug oder Urlaub ohne Auto wird so enorm erleichtert, zumal man auch mit einer attraktiven Preisgestaltung aufwartet. „Für maximal sechs Euro pro Person können Fahrten unter fünf Kilometer gebucht werden. Der Fahrpreis wird pro Kilometer berechnet und reduziert sich, je mehr Leute gemeinsam fahren. Nächtigungsgäste bezahlen pro Tag einen Klimabeitrag in Höhe von einem Euro und können damit den RUFbus während ihres Aufenthaltes kostenlos nutzen“, erklärt Blazek. Neben Förderungen von Land und Bund kooperiert der Tourismusverband auch eng mit den Gemeinden, Kulturveranstalter:innen, Hotels und Ausflugszielen. „Mit dem RUFbus haben wir die große Chance, an jene glänzenden Zeiten anzuknüpfen, in denen die Region als Sommerfrische-Destination hohe Popularität genoss.“

# Erlebnis WienerWald

Wälder hatten für die Menschheit immer schon eine zentrale Bedeutung. Ob als Ort für die Nahrungssuche, als nachwachsendes Baumaterial oder zum Befeuern der heimischen Herde. Bei Erlebnis WienerWald soll dieser Raum, von dem wir uns heutzutage zunehmend entfernt haben, wieder mit allen Sinnen erfahrbar gemacht werden.



© Studio Kerschbaum



Für die Veranstalter:innen von Erlebnis WienerWald geht es darum, Wald neu erlebbar zu machen.

Bei WienerWaldGenuss wird etwa Käse direkt im Wald frisch geräuchert.

Unmengen Besucher:innen, die durch unberührte Wälder stapfen – das ist der Alptraum, der in den Köpfen vieler Menschen bei der Diskussion über touristische Erschließung von Waldgebieten herumspukt. Doch die Realität sieht völlig anders aus: „**Mit den richtigen touristischen Konzepten entsteht kein Schaden und im Gegenteil sogar ein Nutzen für die Regionen, aber auch für die Umwelt**“, führt Artur Cisar-Erlach aus. „Durch zusätzliches Geld lassen sich auch zusätzliche Projekte umsetzen, Aufforstungen, Diversifizierungen von Ökosystemen, all diese Sachen.“

### SCHUTZ DURCH ZUGANG

Der Waldökologe beschäftigt sich nicht mit Wäldern als abgeschlossene – oder gar abgesperrte – Gebiete. Vielmehr sieht er sie als Räume, die bei überlegter Bewirtschaftung enorme Vorteile für Regionen bringen können – und auch für die Waldgebiete selbst. Eine Sichtweise, die er für ansteckend hält: „Heute werden Naturschutzgebiete eher als Nachteil gesehen, als Fläche, die außer Nutzen gestellt wird und nichts einbringt. Aber wenn da ein wirtschaftlicher Nutzen daraus gezogen werden kann, der dem Ökosystem nicht schadet, dann werden wir auf einmal ganz viele Naturschutzgebiete überall sehen.“

### ZWEI NEUE WEGE

**Das Erlebnis WienerWald ist ein Modell dafür, wie eine sanfte Form von Tourismus, die allen Seiten Vorteile bringt, aussehen kann.** Im Rahmen von exklusiv geführten Touren lässt sich der Wienerwald auf eine ganz neue Art entdecken. Von Expert:innen wie Cisar-Erlach entwickelt und geführt, werden derzeit zwei Touren für Besucher:innen angeboten.

„Wir wollen den  
**Wald selbst in den Fokus**  
rücken und ihn touristisch neu und frisch in Szene setzen, ohne künstliche Inszenierung und zu viel Infrastruktur.“

*Matthäus Herout*



Matthäus Herout leitet das Projekt Erlebnis WienerWald.

© Wienerwald Tourismus / Artur Cisar-Erlach

© Andreas Hofer



Bei der Tour **WienerWaldGenuss** steht der Geschmackssinn im Vordergrund. Hier wird der Wald nicht nur essbar, sondern schmackhaft gemacht. Vom Kiefernadel-Pesto über Birkensaft bis hin zum Buchenrauch-Käse bieten Bäume so einiges an unerwartetem Genusspotenzial.

Während der zweiten Tour **WienerWaldSein** erfahren Gäste hingegen die wohltuenden Effekte des Waldbadens mit Körper, Geist und Seele. Ein von Achtsamkeitsübungen begleitetes, sanftes Walderlebnis schenkt ein Gefühl von Entschleunigung und Naturverbinding – und schafft so eine Verbindung mit dem Lebensraum Wald, die über einen kurzen Besuch hinausgeht.

Während der Weintour Weinviertel öffnen über 250  
Winzer:innen die Türen zu ihren Weingütern.  
Das liefert authentische Einblicke in Genusswelten mit  
Mehrwert für die ganze Region.



© Romeo Felsenreich

BEST PRACTICE

# Ein Band, das Türen öffnet





Das Projektteam der Weintour Weinviertel mit Projektleiter Johannes Pleil (rechts).

„Mit dem **Weintour-Band** können sich unsere Gäste durch ein breites Weinsortiment kosten und die eigens installierten ‚Hop-on-hop-off‘-Busse kostenlos nutzen.“

*Johannes Pleil*

Fakten auf den Tisch. Das Weinviertel ist Österreichs größtes Weinbaugebiet und die Heimat des berühmten Grünen Veltliners. Mit beeindruckenden 6.700 Hektar Anbaufläche beansprucht diese Sorte etwa ein Drittel der weltweiten Gesamtanbaufläche des Grünen Veltliners. Das Weinviertel ist ein traditionsreiches Weinbaugebiet, das stolz auf seine lange Geschichte ist. „Unser Weinkeller ist 400 Jahre alt. Wir sind die 14. Generation, die hier Wein herstellt, und es ist ein wirklicher Kraftort für uns“, so Marion Ebner-Ebenauer, Winzerin aus Poysdorf.

#### GENUSS AUF ALLEN EBENEN

Allerdings sollte man das Weinviertel nicht nur auf den Wein respektive den Grünen Veltliner reduzieren. Dies wird besonders im Frühling deutlich, wenn die Weintour Weinviertel stattfindet und die Region ihre authentischen Genuss-erlebnisse präsentiert. Hier treffen dann gepflegte Wirtshauskultur auf aufregende Ausstellungen, gemütliche Unterkünfte auf spannende Ausflugsziele. **Zum ersten Glas des Jahrgangs bekommt man eine interessante Ausstellung serviert oder**

**führt ein aufschlussreiches Gespräch mit Winzer:innen**, die als Bindeglied fungieren und an diesem Wochenende ihre Vielfalt und Kreativität präsentieren.

#### BRING MICH ZUM WEIN

Das Weintour-Band ermöglicht den Gästen den Zugang zu rund 250 Weingütern – Fachgespräche mit Winzer:innen und Geheimtipps inklusive. Auch der Service steht im Fokus: „Seit zwei Jahren bieten wir bei der Weintour Weinviertel Busse an. Sie bringen Gäste nach einem fixen Fahrplan im ‚Hop-on-hop-off‘-Prinzip von Weinort zu Weinort“, erklärt Johannes Pleil von Weinviertel Tourismus. **„Dabei sind auch ausgewählte Bahnhöfe in die Routen eingebunden, damit ein komplett autofreier Weintour-Besuch möglich ist.“**

Die Weintour Weinviertel verdeutlicht, wie durch gelungene Zusammenarbeit und ein cleveres Zusammenspiel ein attraktives Produkt geschaffen wird, das die Region in ihrer besten Form präsentiert: von Produzent:innen bis Gastgeber:innen.

# Nachhaltig war gestern. Neues schaffen ist heute!

Nachhaltiger Tourismus zielt darauf ab, negative Auswirkungen der Tourismuswirtschaft auf Umwelt, Kultur und Gesellschaft möglichst zu reduzieren und positive Einflüsse zu stärken. Regenerativer Tourismus will aktiv zur Wiederherstellung einer intakten Natur als Lebensgrundlage, zu einer wertschätzenden Entwicklung von Tradition und Kultur und zur Verbesserung sozialer Strukturen für alle Beteiligten beitragen.

**Gemeinsam, nicht im Wettbewerb untereinander, mit kritischem Blick auf Wachstumsgrenzen, Umweltauswirkungen und kulturelle, soziale wie gesellschaftliche, globale Rahmenbedingungen kann Niederösterreich aktiv die Transformation der Tourismusbranche mitgestalten.**

Dabei braucht es ein Umdenken hinsichtlich gelernter Werte, Normen und Regeln der klassischen Marktwirtschaft, etwa hinsichtlich Wachstums, Wettbewerbs oder Erfolgs. Regenerative Ansätze orientieren sich dabei direkt an der Natur selbst als organischem, vernetzten System, in dem immer wieder Neues entsteht.



© Ian Ehm

Um regenerativ agieren zu können, braucht es eine Verbindung von Natur, Kultur und Identität.

### Wenn wir uns vorstellen, dass ...

- geschädigte Ökosysteme wiederhergestellt und
- damit die Lebensgrundlage jetziger und späterer Generationen sichergestellt wird,
- die lokale Kultur und Gemeinschaft Wertschätzung erhält,
- Arbeits- und Lebensbedingungen für alle fair und gesichert sind,
- Gäste ganz selbstverständlich Traditionen und Werte verstehen und respektieren,
- Tourismus seinen Beitrag zu Aufklärung und Bildung leistet und
- damit Gäste wie Bevölkerung über die ökologischen, kulturellen und sozialen Herausforderungen aufklärt,
- Zusammenhänge transparent erzählt und
- zukunftsweisende Lösungen anbietet,

### ... wäre das nicht wunderbar?

Die Vision eines regenerativen Tourismus ist inspirierend, hoffnungsvoll und dient dem globalen Gemeinwohl nach Vorbild der Natur. Ein regenerativer Tourismus ist mutig, geht voran und setzt um. Wir sind Kultivierer:innen, Erlebarmacher:innen und Wegbereiter:innen. Wir leben Tourismus als Treiber:innen für Regeneration.

## Kontakt und weitere Informationen

NIEDERÖSTERREICH WERBUNG  
Niederösterreich-Ring 2, Haus C  
3100 St. Pölten  
E: [nachhaltigkeit@noe.co.at](mailto:nachhaltigkeit@noe.co.at)

Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit, wie Weiterbildungen, Zertifikate, Fördermöglichkeiten, Handbücher etc. finden Sie auf der Website [tourismus.niederoesterreich.at](http://tourismus.niederoesterreich.at)



## Impressum

Ausgabe: Juli 2024.

Medieninhaberin und Herausgeberin: Niederösterreich-Werbung GmbH, 3100 St. Pölten, Niederösterreich-Ring 2, Haus C.

Die Niederösterreich-Werbung GmbH ist ausschließlich Medieninhaber und weder Reisevermittler noch Reiseveranstalter. Die Niederösterreich-Werbung GmbH übernimmt keinerlei Verantwortung in Zusammenhang mit den angeführten Programmen. Diese obliegt den einzelnen Anbietern. Trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr, Änderungen vorbehalten. Statistische Angaben ohne Gewähr. Stand Jänner 2024.

Für den Inhalt verantwortlich: Niederösterreich-Werbung GmbH [www.niederoesterreich.at](http://www.niederoesterreich.at).

Inhaltliche und konzeptionelle Unterstützung: TOURISM IMPACT, [www.tourism-impact.com](http://www.tourism-impact.com).

Redaktion, grafisches Konzept und Gestaltung: Comrades GmbH, [www.comrades.co.at](http://www.comrades.co.at).

Druck: Print Alliance HAV Produktions GmbH, Bad Vöslau