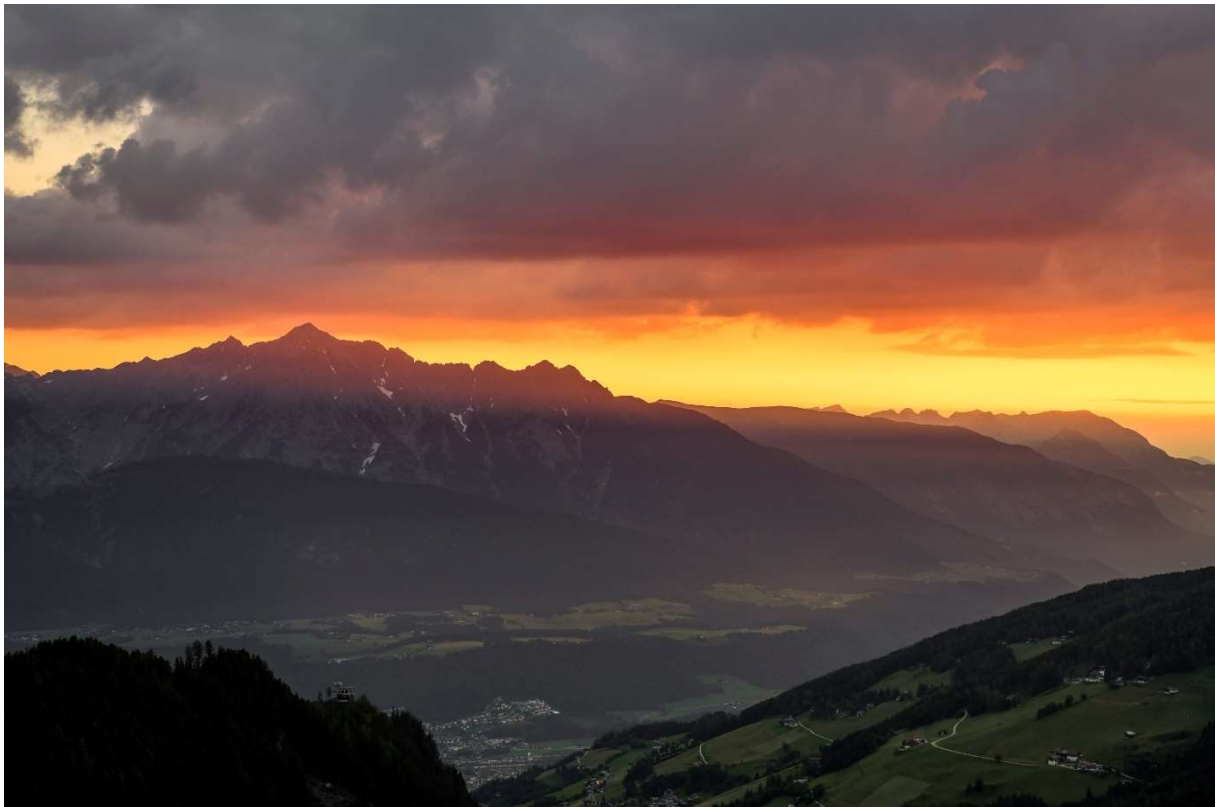


# **Nachhaltigkeitsbericht 2025**

## **Tourismusregion Hall-Wattens**



## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Management & Prozess.....	4
2.1. Zertifizierte Unterkünfte in der Destination .....	4
3. Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit.....	5
3.1. Stärken und Schwächen Analyse im Bereich Nächtigungen, Bettenstruktur, Auslastung und Umsatz.....	5
3.2. Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit/Positionierung der Destination .....	5
3.3. Maßnahmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit .....	6
3.4. Chancen und Gefahren für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg .....	6
3.5. Gesamthafte Einschätzung zum wirtschaftlichen Erfolg aufgrund der zentralen Kennzahlen .....	7
3.6. Tourismusintensität und Tourismusakzeptanz in der Destination.....	7
3.7. Employer Branding .....	8
3.8. Regionalität.....	8
3.9. Barrierefreiheit .....	9
4. Kulturelle Nachhaltigkeit .....	10
4.1. Engagement der Destination für die Kultur.....	10
4.2. Immaterielles Kulturerbe.....	10
5. Ökologische Nachhaltigkeit I Schutz von Natur und Landschaft .....	11
5.1. Schutzgebiete .....	11
5.2. Land- und Almwirtschaft .....	11
5.3. Flächeninanspruchnahme und versiegelte Flächen .....	12
5.4. Klimaschutz und Mobilität.....	13
5.5. Öffentliches Verkehrsnetz in der Region mit Stärken und Schwächenanalyse.....	13
5.6. E-Mobilität, Lärmbelästigung, Licht/Luftbelastung, Energieverbrauch.....	14
5.7. Abfallvermeidung und Wasser sparen.....	15
6. Fazit .....	15

## 1. Einleitung

Der Nachhaltigkeitscheck 2024 wurde über das Dashboard der Tirol Werbung eingetragen und umfasst folgende vier Handlungsfelder:

- Management
- Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit
- Kulturelle Nachhaltigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit mit Schutz von Natur und Landschaft

In der Region Hall-Wattens wird seit Jahren achtsam gewirtschaftet. Die Natur wird als wertvolles Gut gesehen, das geschützt werden muss. Der Nachhaltigkeitscheck hat einen klaren Blick auf Stärken und Potenziale geworfen. Die Ergebnisse bilden die Grundlage für die nächsten Schritte. Verantwortung, Transparenz und ein offener Umgang mit Daten stehen im Mittelpunkt.

## 2. Management & Prozess

Es ist wichtig, sich mit Prozess und Management auseinanderzusetzen, um zu klären, wer die Verantwortlichen in der Region für Nachhaltigkeit sind. Dazu wurden folgende Fragen gestellt:

- WER soll das Thema „Nachhaltigkeit“ in der Destination in die Hand nehmen?
- WER bestimmt, was bis wann erreicht werden soll (Ziele), was wann dafür getan werden soll (Maßnahmen)?
- WER soll und darf welche Aufgaben übernehmen, WER hat welche Verantwortung?

Es gibt nicht nur eine, sondern viele Institutionen, Organisationen und Personen, welche entscheidenden Einfluss nehmen und Maßnahmen setzen (können). Unter diesen vielen Akteur:innen („Stakeholdern“) stechen einige besonders hervor. Diese sind in unserer Tourismusregion in erster Linie die Gemeinden, der Tourismusverband mit dem Team rund um den Nachhaltigkeitskoordinator, der Naturpark Karwendel sowie die Glungezer Bergbahn. Zu guter Letzt sind die Vermieter:innen und alle Bewohner:innen der Region für Nachhaltigkeit verantwortlich.

Im Tourismusverband Region Hall-Wattens gibt es mehrere Personen mit entsprechender Ausbildung, die für Nachhaltigkeit zuständig sind, die aber auch andere Aufgaben im TVB wahrnehmen.

Mit dem „Rahmenkonzept für Nachhaltigkeit“ der Tiroler Destinationen und den dort definierten Handlungsfeldern setzt das Team nachhaltige Projekte gemeinsam mit den Gemeinden, Vermieter:innen, der Landwirtschaft sowie der Bergbahn um. Das Budget dazu ist im Marketingbudget verankert.

Überblick über die **Handlungsfelder**:

- Nachhaltiges Management
- Ökologische Nachhaltigkeit mit Klimaschutz & Mobilität, Abfall, Biodiversität und Landschaftsschutz
- Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit mit Mitarbeiter:innen, lokalen Bevölkerung, Regionalität, Barrierefreiheit und Wertschöpfung
- Kulturelle Nachhaltigkeit

Nachhaltiger Tourismus wird auch als sanfter, intelligenter Tourismus oder als Tourismus mit Verantwortung bezeichnet. Er erfüllt nicht nur die Bedürfnisse der Tourist:innen und Einwohner:innen, sondern nutzt Ressourcen auf eine Weise, die wirtschaftlichen, sozialen und ästhetischen Bedürfnissen entspricht und gleichzeitig kulturelle Integrität, ökologische Prozesse und Biodiversität berücksichtigt. Dies wird in der Nachhaltigkeitsstrategie des Verbandes mit dem Titel „Leben und erleben im Einklang“ ausführlich erläutert und ist auf der Webseite der Region zu finden: Laufende Nachhaltigkeitsberichte werden jährlich erstellt und der Vollversammlung sowie dem Land Tirol vorgelegt.

### 2.1. Zertifizierte Unterkünfte in der Destination

Derzeit gibt es in der Tourismusregion keine zertifizierten Betriebe, es gibt jedoch einige, die sich mit dem *Österreichischen Umweltzeichen* zertifizieren wollen. Der Verband hat dazu seine Unterstützung angeboten.

### 3. Sozio-ökonomische Nachhaltigkeit

Hier werden ökonomische Faktoren dargestellt. Die Entwicklung von Bettenanzahl, Nächtigungen, Auslastung und Beherbergungsumsatz im 10 Jahres-Vergleich werden mittels KPI's abgefragt.

#### 3.1. Stärken und Schwächen Analyse im Bereich Nächtigungen, Bettenstruktur, Auslastung und Umsatz

##### Stärken

Die Region verzeichnet einen stabilen Nächtigungsmarkt mit steigender Tendenz bei Individualreisenden, Kultur- und Natururlauber:innen. In der Destination gibt es einen hohen Anteil an kleinen, familiengeführten Betrieben und Privatvermieter:innen. Diese authentische und persönliche Betreuung passt hervorragend zur Positionierung „echte Tiroler Gastfreundschaft“. In den Sommermonaten kommt es zu einer stärkeren Nachfrage durch Wandern, Kultur und Ausflugsziele wie Swarovski Kristallwelten, Hall und das Karwendel. Ganzjährige Angebote wie Museen, Stadtführungen, Adventmärkte sorgen für eine gewisse Grundauslastung. Es ergibt sich ein überdurchschnittlicher Anteil an Wertschöpfung pro Gast durch qualitätsorientierte Angebote (z. B. hochwertige Kulinarik, Kulturveranstaltungen, exklusive Führungen).

##### Schwächen

Im Vergleich zu klassischen Tiroler Tourismusregionen (z. B. große Skigebiete) haben wir geringere absolute Nächtigungszahlen und kaum internationalen Massenmarkt. Die Bettenstruktur präsentiert sich kleinteilig und häufig älter. Wir haben wenig große Hotels oder Wellnessbetriebe. Es herrscht eine begrenzte Kapazität für Gruppenreisende. Privatzimmer mit Frühstück sind kurz vor dem Aussterben, es gibt fast keine Häuser mit Halbpension. Die Wintersaison ist aufgrund des kleinen Skigebietes schwächer als in anderen Regionen. Begrenzte Wertschöpfung durch fehlende hochpreisige Hotel- und Wellness-Infrastruktur, daher ist der Umsatz stärker von Tagesgästen abhängig als von Übernachtungsgästen.

#### 3.2. Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit/Positionierung der Destination

Bis dato hat sich die Region klar als Kultur- und Naturdestination abseits des Massentourismus etabliert. Mit den Swarovski Kristallwelten und der Altstadt Hall in Tirol wurden starke kulturelle Highlights geschaffen, wobei die Altstadt mit seiner Salzgeschichte und einem fehlenden Museum zur Stadtgeschichte noch ausbaufähig ist.

Die Region punktet mit einer vielfältigen Landschaft zwischen Karwendel und Tuxer Alpen. Im Vergleich zu klassischen Ski- oder Wellnessdestinationen bleibt Hall-Wattens eine Nischendestination, dafür aber mit hohem Wiedererkennungswert und einer klaren Zielgruppe (Individualreisende, Kulturinteressierte, (Weit-)Wander:innen, Familien).

Zukünftige Einschätzung für die kommenden Jahre: Die Wettbewerbsfähigkeit wird durch die Trends zu Nachhaltigkeit, Regionalität und authentischen Urlaubserlebnissen gestärkt. Durch die Nähe zu Innsbruck und Italien sowie die gute (öffentliche) Erreichbarkeit können Kurz- und Städtereisende stärker gewonnen werden. Ein wichtiger Wachstumsfaktor liegt in der Verlängerung der Aufenthaltsdauer, da ein vielfältiges Wochenprogramm und Geheimtipps geboten werden. Gäste haben keine langen Wartezeiten, die sie einplanen müssen, können spontan sein bei der Gestaltung ihres Urlaubs (keine Ticketreservierung im Vorfeld notwendig).

Herausforderung bleibt die Bettenstruktur, vor allem in Tulfes: Ohne zusätzliche Investitionen in zeitgemäße, qualitativ hochwertige Unterkünfte ist das Wachstumspotenzial begrenzt. Im internationalen Wettbewerb wird Hall-Wattens weniger über die Masse punkten, sondern mehr mit sanftem naturbezogenem Tourismus abseits der Massen punkten.

### 3.3. Maßnahmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit

Maßnahmen für eine positive Altstadtentwicklung in Hall, aber auch in den Dörfern sind weniger Leerstand, dafür mehr Gastronomie und Treffpunkte für die Menschen. Der Schartenkogellift am Glungezer kann das Skigebiet weiter stärken. Die noch intensivere Vernetzung zwischen Landwirtschaft und Tourismus kann spannende Projekte hervorbringen. Regionale und nachhaltige Projekte wie der Bettelwurf-Bikepark, die längste Zirbenbank in den Alpen oder der Skulpturenweg in Mils runden das Programm zusätzlich ab. Sie sind alle wirtschaftlich und ökologisch nachhaltig.

### 3.4. Chancen und Gefahren für den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg

#### Chancen

Da die Region nicht vom klassischen Skitourismus abhängig ist, entsteht ein Wettbewerbsvorteil gegenüber reinen Wintersportdestinationen. Kultur, Wandern und Ganzjahresangebote sind zukunftsicher. Regionale Produkte, sanfte Mobilität und naturnahe Angebote können die Wettbewerbsfähigkeit erhöhen. Geschützte Naturräume (Karwendel) bieten Potential für Naturerlebnis- und Bildungsangebote. Familiengeführte Betriebe und kleine Strukturen schaffen hohe Identifikation und persönliche Gästebindung. Geringere Gästemengen im Vergleich zu Massendestinationen sorgen für eine hohe Tourismusakzeptanz bei der Bevölkerung. Derzeit liegt diese bei 66,24 %. Viele Betriebe sind traditionell familiengeführt und stehen für Kontinuität. Chancen bestehen, wenn die nächste Generation mit nachhaltigen Ideen weitermacht.

#### Gefahren

Zunehmende Hitzeperioden, Naturgefahren (zB Muren, Steinschläge, Waldbrände) und eine mögliche Einschränkung in Wandergebieten stellen Risiken und hohe Kosten dar. Es braucht mehr Wartungsaufwand bei zB Klettersteigen aufgrund des Ausbrechens der Berge. Steigende Nutzung der Natur kann zu Konflikten zwischen Schutz und Tourismus führen. Fehlende Balance gefährdet das Image einer "naturnahen Region". Gastronomie und Hotellerie sind stark vom Fachkräftemangel betroffen. Es besteht die Schwierigkeit, motiviertes Personal zu halten oder neues zu gewinnen.

Steigende Belastungen durch Verkehr und Besucherdruck könnten langfristig die positive Einstellung der Bevölkerung zum Tourismus schwächen. Das Schwinden von Gastwirten bzw. Gastronomie stellt ein Problem dar. Die Alm- und Kulturlandschaft hat durch die Gefahr von Raubtieren und das Schwinden von Landwirten stark zu kämpfen. Eine geringere Bestoßung und Bewirtschaftung von Almlandschaften bedrohen unsere Kulturlandschaft und einhergehend den Tourismus.

### 3.5. Gesamthafte Einschätzung zum wirtschaftlichen Erfolg aufgrund der zentralen Kennzahlen

In den letzten 15 Jahren hat die Zahl der Übernachtungen um 70 %, die Zahl der Betten um 19 % zugelegt. Die Ausgaben der Übernachtungsgäste betragen in der Region rund 67 Mio. € im Jahr. Aktuell scheint sich der Aufwärtstrend fortzusetzen unter der Prämisse, dass Leuchtturmprojekte wie die Revitalisierung des Ski- und Wandergebiets Glungezer und der Altstadt Hall in Tirol erfolgreich umgesetzt werden.

### 3.6. Tourismusintensität und Tourismusakzeptanz in der Destination

Die Werte in den einzelnen Tiroler Destinationen unterscheiden sich stark und bewegen sich von 7 bis 915 Übernachtungen pro Einwohner:in. In unserer Region liegt sie im unteren Bereich bei 7. Die durchschnittliche Tourismusakzeptanz lag 2024 in Tirol bei 67, in der Destination Hall-Wattens nur knapp darunter, bei 66,24.

Folgende Rückschlüsse können aus diesen beiden KPIs gezogen werden: Es ergibt sich eine positive Haltung zum Tourismus. Man sieht ihn als wichtigen Wirtschaftsfaktor. Im Vergleich zu Massendestinationen liegt Hall-Wattens damit auf einem soliden Akzeptanzniveau. Der Tourismusverband sollte die positive Grundstimmung pflegen und gleichzeitig Sensibilitäten ernst nehmen.

Maßnahmen wie sanfte Mobilität, nachhaltige Besucherlenkung, Einbindung der Bevölkerung und klare Kommunikation über die Vorteile des Tourismus sind entscheidend. Die Basis ist da, aber es braucht eine aktive Strategie, um diesen Wert zu stabilisieren oder zu steigern.

Derzeit wird die lokale Bevölkerung in verschiedenster Weise über die nachhaltigen Angebote in der Region informiert. Unser Wochenprogramm beinhaltet diverse nachhaltige Angebote u.a. auch für die lokale Bevölkerung. So wurde zB 2025 erstmalig eine Kooperation mit dem Agrarmarketing Tirol gestartet und eine Führung zum Thema Almsommer angeboten. Pressemeldungen in regionalen Medien, der Stadtmarketing Newsletter, das Grias Di Tourismusmagazin welches in den Gemeinden aufliegt, Angebote vom Naturpark Karwendel geben einen guten Einblick in die nachhaltige Arbeit der Region.

### 3.7. Employer Branding

Verschiedenste Maßnahmen zielen auf ein intensives Employer Branding ab. Hierzu zählen zB das Jobportal auf hall-wattens.at, diverse Veranstaltungen wie das Offene Werkstor, Kulturangebote für Schulklassen, Medienarbeit, Einladung von Mitarbeiter:innen aus Unterkunftsbetrieben zu unseren Programmpunkten aus dem Wochenprogramm.

Die Anzahl der Erwerbstätigen im Tourismus hat sich im Vergleich 2021 auf 2022 um 9% erhöht.

### 3.8. Regionalität

Aktuelle Studien zeigen, dass Gäste Regionalität besonders stark mit einem nachhaltigen Angebot in Verbindung bringen und dass ein Großteil der Gäste auch davon ausgeht, in der Gastronomie Lebensmittel aus der Region zu konsumieren (70 % der befragten Gäste in einer alpinen österreichischen Region). Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass ein fehlendes regionales Speisenangebot grundlegende Gästeerwartungen nicht erfüllt und die Glaubwürdigkeit des touristischen Produktes gefährdet.

Der Absatz regionaler Produkte - nicht nur ab Hof, sondern über etablierte, tirol- und österreichweite Lieferketten - ist zudem ein wesentlicher Faktor in der Beziehung zwischen Tourismus und Landwirtschaft. Der wahrgenommene niedrige Absatz österreichischer und Tiroler Produkte im Verhältnis zum vorhandenen Potential führt zunehmend zu einer Konfliktsituation zwischen Tourismus und Landwirtschaft.

Auch im Tiroler Weg sind die Themen Regionalität und die Etablierung regionaler Wirtschaftskreisläufe als zentrale Handlungsfelder verankert.

In unserer Destination nehmen insgesamt 6 Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe mit gastronomischem Angebot an Regionalitäts-Initiativen wie „Bewusst Tirol“, „AMA - QHS für die Gastronomie“ oder „Bio Austria“ teil.

Initiativen zur Verwendung regionaler Produkte und freiwilligen Herkunftskennzeichnungen wird sowohl bei den Betrieben als auch bei den Gästen aktiv vom Verband beworben. Ebenso gibt es Initiativen zur Förderung und Unterstützung der bäuerlichen Direktvermarktung. Dies sind:

- digitalen Plattform mit allen Direktvermarkter:innen (Produktfinder) auf unserer Homepage
- Kommunikation mit Vermieter:innen (Vermieterstammtisch oder Aussendungen)
- Kulinarische Radtour durch die Region
- regelmäßige Bauernmärkte
- Verwendung von landwirtschaftlichen Produkten bei hausinternen Veranstaltungen/Gewinnspielen
- Bio-Bergbauernfest
- Besuch von Landwirt:innen im Rahmen des Sommerprogramms (zB Fischzucht Thaur)



### 3.9. Barrierefreiheit

Barrierefreiheit im Tourismus ist in mehrfacher Hinsicht von zentraler Bedeutung. Einerseits spiegelt sie das gesellschaftliche Bekenntnis zu Chancengleichheit und Inklusion wider, andererseits stellt sie einen wichtigen wirtschaftlichen Erfolgsfaktor dar, indem sie den Zugang zu touristischen Angeboten für eine Vielzahl von Besuchenden – von Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen über Familien mit kleinen Kindern bis hin zu älteren Reisenden – erleichtert.

Häufig wird darauf hingewiesen, dass rund 10 % der Bevölkerung barrierefreie Angebote als essenziell empfinden, während weitere 40 % diese als notwendig betrachten. Diese Zahlen unterstreichen, wie wichtig es ist, auch in der Destinationsentwicklung gezielt auf Inklusion zu setzen, insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und einer immer diverser werdenden Zielgruppe.

Im touristischen Kontext wird oft primär an körperliche Einschränkungen gedacht – symbolisiert durch ein Rollstuhlsymbol –, es sollten aber auch andere Formen von Beeinträchtigungen berücksichtigt werden, um die Teilhabe aller Menschen am Reisen zu ermöglichen. Dazu zählen insbesondere, aber nicht abschließend, Menschen mit

- **Körperlichen Behinderungen**
- **Hörbehinderung/Gehörlosigkeit**
- **Sehbehinderung/Blindheit**
- **Lernschwierigkeiten**
- **Psychosozialen Beeinträchtigungen**

Der Tourismusverband reagiert verstärkt auf dieses Thema, weil er aufgrund der eigenen Inklusion im Betrieb hier einen klaren Vorteil durch Erfahrungswerte mitbringt.

Beginnend bei digitaler Barrierefreiheit durch regelmäßige SEO-Schulungen der Mitarbeiter:innen, barrierefreien Wanderwegen, barrierefrei zugänglichem Kulturangebot ist das Angebot aber noch stark ausbaufähig. In erster Linie muss die barrierefreie Information auf der Webseite verbessert werden. Derzeit werden zwar die Hotelbetriebe gelistet, detaillierte Informationen dazu fehlen.

Neue Projekte sollen inklusiv gedacht werden. Hierzu gab es im Herbst 2025 einen spannenden Workshop gemeinsam mit Innsbruck Tourismus und Seefeld: Vermieter:innen wurden zu einem Workshop für inklusiven Tourismus eingeladen. An der geringen Teilnahme war zu erkennen, dass von allen Akteur:innen hierauf ein verstärkter Fokus zu legen ist.

## 4. Kulturelle Nachhaltigkeit

„Kulturgut ist jedes bewegliche oder unbewegliche Gut, das für das kulturelle Erbe eines Volkes bedeutend ist, insbesondere in den Bereichen Kunst, Geschichte, Literatur, Archäologie, Ethnologie, Wissenschaft und Technik.“

Gerade in Hall als mittelalterliche Stadt spielt Kulturgut eine wichtige Rolle und versteht sich im engen Austausch mit dem Bundesdenkmalamt.

### 4.1. Engagement der Destination für die Kultur

Der TVB leistet diverse Beiträge zum Erhalt der Kultur. Es sind dies zB

- Kulturförderungen
- Vereinsförderungen (Musikkapellen etc.)
- Beiträge zum Erhalt von Kulturstätten
- Zusammenarbeit mit regionalen Kulturvereinen

Bedeutende Kulturgüter werden über diverse Kanäle kommuniziert, so zB der Homepage, aber auch in Form von Printmedien wie Prospekte oder Bücher.

### 4.2. Immaterielles Kulturerbe

Immaterielles Kulturerbe ist ein fundamentaler Bestandteil des kulturellen Erbes. Die UNESCO versteht immaterielles Kulturerbe als lebendige Traditionen, als Quelle kultureller Vielfalt und Garant nachhaltiger Entwicklung. In der Tourismusdestination gibt es einige Maßnahmen, die dieses wichtige Erbe hervorheben:

Die Tiroler Sakramentsgarden (Partisaner Garden in Hall, Thaur, Volders) gelten als lebendiges immaterielles Kulturerbe.

Die Neujahrs-Entschuldigungskarte (NJEK) von Hall in Tirol wurde ins nationale Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes aufgenommen.

In Thaur werden traditionelle Bräuche gepflegt wie die Palmeselprozession und das Mullerlaufen.

Das Krippeleschaug'n ist ebenso traditioneller Brauch und wird zB im Weihnachtsprogramm des Verbandes angeboten.

## 5. Ökologische Nachhaltigkeit I Schutz von Natur und Landschaft

### 5.1. Schutzgebiete

Bei der Zusammenarbeit mit Naturschutzakteur:innen im Tiroler Tourismus werden besonders Kooperationen gesucht, die nicht automatisch durch das [Tiroler Naturschutzgesetz \(§6;29\)](#) mit den Behörden (wie z.B. dem Amt der Tiroler Landesregierung – Abteilung Umweltschutz / Naturschutz, Bezirkshauptmannschaften (z. B. für Schutzgebietsverordnungen) oder dem:der Landesumweltanwält:in Tirol (prüft Projekte auf Umweltverträglichkeit) zustande kommen.

Durch den Sitz des Naturpark Karwendel im Haus des Tourismusverbandes ergeben sich hier große Vorteile. Der Naturpark Karwendel gehört zu den ersten österreichischen Modellregionen des Vereins Digitize the Planet, der es sich zum Ziel gesetzt hat Regeln für die Naturnutzung einheitlich zu digitalisieren und zugänglich zu machen. Naturpark, Tourismus- und Outdoorsport-Akteure werden Hand in Hand einen wichtigen Baustein für die zukünftige Besucherlenkung schaffen.

Es wird jedoch auch mit anderen Naturschutzorganisationen wie dem Alpenverein oder den Naturfreunden zusammengearbeitet.

Der Anteil der Schutzgebietsfläche beträgt 26 %, dh etwas weniger als ein Drittel der Gesamtfläche der Destination. Über diese sensible Fläche mit ihren gefährdeten Tier- und Pflanzenarten kommuniziert der Verband laufen. Sei es bei Natur- und Kräuterwanderungen, diversen Themenführungen tlw. in Kooperation, tlw. direkt vom Naturpark.

### 5.2. Land- und Almwirtschaft

In Tirol erhalten nicht nur Schutzgebiete die Biodiversität, sondern es sind vor allem auch die extensive Land- und Almwirtschaft. Die Almwirtschaft ist aber auch ein identitätsstiftendes Element der alpinen Kultur, sie führt zu einer charakteristischen Kulturlandschaft, schafft ein sehr hohes Ausmaß an Erholungsraum und erhält die Zugänglichkeit zum Hochgebirge. Sie ist sowohl im Sommer als auch im Winter von großer Bedeutung für Tourismus und Freizeitwirtschaft.

Ein Rückgang der Bewirtschaftung hat negative Folgen: Die Biodiversität sinkt, das Risiko für Erosion und Naturgefahren steigt, das Landschaftsbild und die Aussicht verschlechtern sich, das touristische Angebot wird eingeschränkt, Kosten für eine Aufrechterhaltung des Angebots steigen. Nicht bewirtschaftete Almen führen zu Verbuschung, zu unpassierbaren Wegen, unbeweidete Flächen erschweren die Pistenpräparierung und Beschneigung erheblich und können zum Verlust ganzer Hänge führen.

Die landwirtschaftlichen Betriebe und Flächen einer Destination sind von besonderer Bedeutung für die Tourismus- und Freizeitnutzung. Die Kulturlandschaften und ihre Erschließung durch Güter- und Forstwege sowie die Spazier- und Wanderwege, welche sich zumeist an oder auf diesen Flächen

befinden, prägen das ästhetische Erscheinungsbild der Destination und bilden die Grundlage für Aktivitäten wie Wandern, Radfahren, Skifahren, Langlaufen, Skitouren, Schneeschuhwandern etc.

Von besonderer Bedeutung sind die Almfutterflächen, auf welchen sich gemäß Schätzungen ca. 50-60 % der Pistenflächen befinden und deren Freihaltung durch Beweidung ein wesentlicher Faktor für ein für ressourcenschonendes, umweltschonendes Pistenmanagement ist. Die Beweidung ergibt einen idealen Untergrund für Pisten bei gleichzeitigem Erhalt einer sehr hohen Artenvielfalt. Annähernd 80 % der landwirtschaftlichen Flächen Tirols (inkl. Almfutterflächen) werden extensiv und besonders naturnah bewirtschaftet.

Tirol weist damit den österreichweit höchsten Wert auf. Die überwiegend kleinstrukturierte, standortangepasste Landwirtschaft mit einer hohen Anzahl an Almen und Milchviehalmen kann touristisch als wesentlicher Erfolgsfaktor betrachtet werden, ist aber rückläufig.

Leider sind auch in der Region die Almfutterflächen von 2017 bis 2024 um 12 % zurück gegangen. Erfreulich ist zumindest, dass die landwirtschaftlichen Betriebe stabil bleiben. Diese haben sich zwischen 2010 und 2020 nicht merklich verändert.

Der Tourismusverband aber auch der Naturpark Karwendel setzen zahlreiche Maßnahmen zur Unterstützung der Landwirtschaft. Neben o.g. Themenvorträgen in Zusammenarbeit mit dem Agrarmarketing ist der Naturpark sehr aktiv was Almpflege und Aufklärung betrifft, u.a. mit dem Interregprojekt „AlmenREICH grenzenlos“. Der Film dazu ist auch online auf Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=xPMMS60CtTA&t=1088s>) abrufbar.

Eine Erhebung im Jahr 2019 zeigte, dass das Interesse der Gäste für die Almwirtschaft sehr groß ist und solche Angebote sehr gerne angenommen werden.

Zwischen TVB und Landwirt:innen besteht ein intensiver Austausch, indem wir regelmäßig die Produkte für den digitalen Produktfinder abfragen, welche wir auf unserer Homepage präsentieren. Bei weiteren Projekten wie der kulinarischen Radtour arbeiten wir direkt mit den Landwirt:innen. Weitere Ideen sind schon vorhanden und warten auf Umsetzung, zB Landwirt:innen beliefern direkt Ferienwohnungen, damit Gäste einen Frühstücks-/regionalen Essenskorb bei ihrer Anreise oder ihrem Aufenthalt vorfinden.

### 5.3. Flächeninanspruchnahme und versiegelte Flächen

„Als „in Anspruch genommen“ gemäß Monitoringkonzept gelten Flächen, die durch menschliche Eingriffe für Siedlungs-, Verkehrs-, Freizeit-, Erholungs- und Ver- sowie Entsorgungszwecke verändert und/oder bebaut sind und damit für die land- und/oder forstwirtschaftliche Produktion und als natürlicher Lebensraum nicht mehr zur Verfügung stehen. Die Flächeninanspruchnahme bezieht sich grundsätzlich auf das einzelne Grundstück und kann sowohl versiegelte, teilweise versiegelte als auch nicht versiegelte Flächen (z.B. Gärten, Parkanlagen, Sportplätze, Straßenbegleitflächen etc.) enthalten.“

„Versiegelung im Rahmen dieses Monitorings betrifft Flächen, die durchgehend mit einer gänzlich wasser- und luftundurchlässigen Schicht abgedeckt sind (Versiegelungsgrad von 100 %). Da die Versiegelung von Flächen immer mit einer baulichen Änderung einhergeht, sind versiegelte Flächen eine Teilmenge der Flächeninanspruchnahme. Sie umfassen u.a. alle Gebäude und einen wesentlichen Teil der Verkehrsflächen.“

Quelle: Österreichische Raumordnungskonferenz ÖROK – ATLAS Raumbeobachtung 2025

Im Jahr 2022 betrug die Flächeninanspruchnahme 34 % und die versiegelten Flächen 20 % am Dauersiedlungsraum.

#### 5.4. Klimaschutz und Mobilität

In der Destination werden gezielt Maßnahmen zur Reduktion des PKW-Verkehrs und Umstieg auf das öffentliche Verkehrsnetz umgesetzt. Diese sind:

- In Hall ist die Gratis-Parkstunden in den Garagen weggefallen
- In der Mobilitätsstrategie „TIROL 2050“ werden Maßnahmen wie Carsharing, effizienter Verkehr, Verzicht auf unnötige Fahrten propagiert und vom Verband kommuniziert
- **Gästekarte für gratis Mobilität** in der Region und nach Innsbruck
- Bei Veranstaltungen wird in der Bewerbung gezielt auf die Nutzung von ÖPNV hingewiesen. Tlw. werden die Widgets von öffentlichen Anbietern (VVT etc.) eingeblendet.
- Bei Gästebuchungen wird auf die Gästekarte aufmerksam gemacht, mit der man das ÖPNV nutzen kann.
- Auf der Homepage bzw. überall dort, wo wir aktiv unsere Produkte kommunizieren, wird die Anreise mittels ÖPNV hinterlegt und tlw. Anreise mit PKW gar nicht kommuniziert.
- Im Sommer gibt es das Wattental- und Halltalshuttle
- Für Besucher der Kristallwelten Wattens gibt es einen eigenen Shuttlebus
- Für die öffentliche Anreise von Gästen kann die „letzte Meile“ bequem mit dem Bahnhofshuttle Tirol von Four Seasons Travel zurückgelegt werden
- Beim Angebot „Mit den Nightjet in die Berge“ (Sommer u Winter) ist der Transfer vom Bhf. Innsbruck zur gewünschten Unterkunft in der Region inkludiert

#### 5.5. Öffentliches Verkehrsnetz in der Region mit Stärken und Schwächenanalyse

In Österreich beschreiben die ÖV-Güteklassen die Qualität der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Sie reichen von Klasse A (sehr gute Erschließung) bis Klasse G (sehr schlechte oder keine Erschließung). Grundlage der Einteilung sind Kriterien wie Fußwegzeit zur nächsten Haltestelle, Taktfrequenz und Angebotsdichte im Tagesverlauf.

Die ÖV-Güteklassen werden unter anderem für die Verbesserung der Verkehrsplanung in Österreich genutzt. Sie helfen dabei, Schwachstellen im öffentlichen Verkehrsnetz zu erkennen und gezielt Maßnahmen zur Verbesserung der Erreichbarkeit zu setzen – etwa durch neue Haltestellen, dichtere Takte oder bessere Anbindungen.

In der Region ist derzeit die Hälfte der Einwohner:innen gut bzw. sehr gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden bzw. hat eine gute Basiserschließung.

#### Stärken

- Gäste können sich in den Hauptzeiten und in der Saison auf Shuttledienste verlassen
- Linienverkehr sorgt für regelmäßige Verbindungen zwischen zentralen Punkten (Ortszentren, Bahnhöfe)
- Die Kombination aus Linien- und Shuttleangeboten schafft Grundabdeckung
- Der neue Regio-Flink in Wattens funktioniert sehr gut

#### Schwächen:

- Die Verbindung nach Wattenberg könnte besser sein, lt. Anfrage in der Gemeinde rentiert sich ein Regio-Flink nicht
- Die Kooperationen zwischen Tourismusverband, Gemeinden und Verkehrsverbund könnte von der Kostenaufteilung bzw. Subventionen und Anfragen besser und effizienter sein

### 5.6. E-Mobilität, Lärmbelästigung, Licht/Luftbelastung, Energieverbrauch

Zu diesen Bereichen liegen keine konkreten Daten vor. Der Ausbau der **E-Mobilität** ist nicht Aufgabe des Verbandes. Wir haben im eigenen Fuhrpark neben einem Verbrenner, ein Hybridfahrzeug, welches aufgrund der kurzen Distanzen meistens im E-Modus gefahren wird. Innerbetrieblich setzen wir auf Fahrgemeinschaften bzw. nutzen viele Mitarbeiter:innen das ÖPNV, um zu ihren Terminen zu gelangen.

Ansonsten werden wichtige E-Ladestationen in unserem System erfasst (Datenpool + Hotelbetriebe), damit sich Gäste besser zurechtfinden.

In Bezug auf die **Lärmbelästigung** wurden in der Region u.a. folgende Maßnahmen getroffen:

- Tempo 30/40 in Ortskernen und Wohngebieten wird ausgeweitet. Hotspots werden nach dem Tiroler Aktionsplan Umgebungslärm priorisiert
- Entlang der A12 werden moderne Lärmschutzwände geplant und gebaut – aktuell zB im Bereich Volders. Das bringt deutlich ruhigere Wohn- und Schulbereiche
- Schallschutzwände, Schienenstegdämpfer und „leise“ Güterwagen werden mit den ÖBB weiter umgesetzt. Das dämpft Roll- und Körperschall entlang der Trasse
- In Schutzgebieten wie dem Naturpark Karwendel wird ruhiges Verhalten klar signalisiert: Drohnen sind per se genehmigungspflichtig. Sensible Zonen werden als „Quiet Areas“ beschildert
- Arbeitszeiten werden streng nach Tiroler Baulärmverordnung festgelegt. Lärmarme Verfahren, mobile Schallschutzwände und gebündelte, kurze Bauphasen werden eingefordert.

Es gibt mehrere **Biomasse-Nahwärmenetze** in der Region. Das Gebäude des TVB ist bereits auf Fernwärme und Wärmepumpen möglichst nachhaltig umgestellt.

### 5.7. Abfallvermeidung und Wasser sparen

Im Haus wird auf Abfallvermeidung und Mülltrennung geachtet, auch bei der Bestellung von Material oder bei internen Veranstaltungen. Im Nachhaltigkeitsleitfaden werden Tourismusbetriebe darüber informiert, dass Abfallvermeidung wichtig ist und welche Tipps sie an ihre Gäste kommunizieren können. Dasselbe gilt für wassersparendes Verhalten. Den Leitfaden kann man auf unserer Homepage downloaden.

## 6. Fazit

Die Region Hall-Wattens befindet sich auf einem guten Weg. Viele Grundlagen wurden bereits geschaffen. Die Ergebnisse des Checks zeigen, wo die Region heute steht und wohin die Reise führt. Schritt für Schritt wird ein nachhaltiges, ressourcenschonendes und sozial eingebettetes Destinationsmanagement aufgebaut. Die Natur wird geschützt, Menschen und Betriebe werden gestärkt und Gästen wird ein achtsames Reiseerlebnis ermöglicht.