

Use Case zum
Destinationsmanagement
mit Lebensraumperspektive

Das Burgenland

Ein Bundesland. Ein Weg.
Ein nachhaltiges Morgen.

Mag. Florian Größwang & Mag.^a Heidrun Gruber-Größwang
Mit freundlicher Unterstützung von:

TourCert
Austria



burgenland
die sonnenseite österreichs



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung

- Allgemeine Entwicklungen und Trends
 - Ziel des Papers und Relevanz des Themas
 - Warum eine neue Perspektive im Destinationsmanagement nötig ist
 - Was heißt Destinationsmanagement mit Lebensraumperspektive?
 - Das Burgenland als Modellregion für die Lebensraumperspektive
-

2. Der Burgenland-Ansatz zur Transformation

- Warum Nachhaltigkeitsprozesse als systemische Intervention zur Lebensraumperspektive wirken
 - Der Nachhaltigkeitsprozess des Burgenlandes
 - Warum wurde die Zertifizierung in diesem Bundesland angestrebt?
 - Welche systemischen Interventionen wurden durch den Nachhaltigkeitsprozess initiiert?
 - Was macht den burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess so einzigartig?
 - Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen
-

3. Wirkung und Ergebnisse

- Erste bereits umgesetzte Leuchtturmprojekte und Ergebnisse
 - Die Entwicklung des Mindsets
 - Die Entwicklung und Umsetzung einer sektorenübergreifenden Kooperation / der myburgenland.shop
 - Die Entwicklung und Umsetzung ressourcenschonender Gästemobilität
 - Die Entwicklung und Umsetzung der „Nachhaltigkeits-Toolbox“
 - Key-Learnings aus dem burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess
-

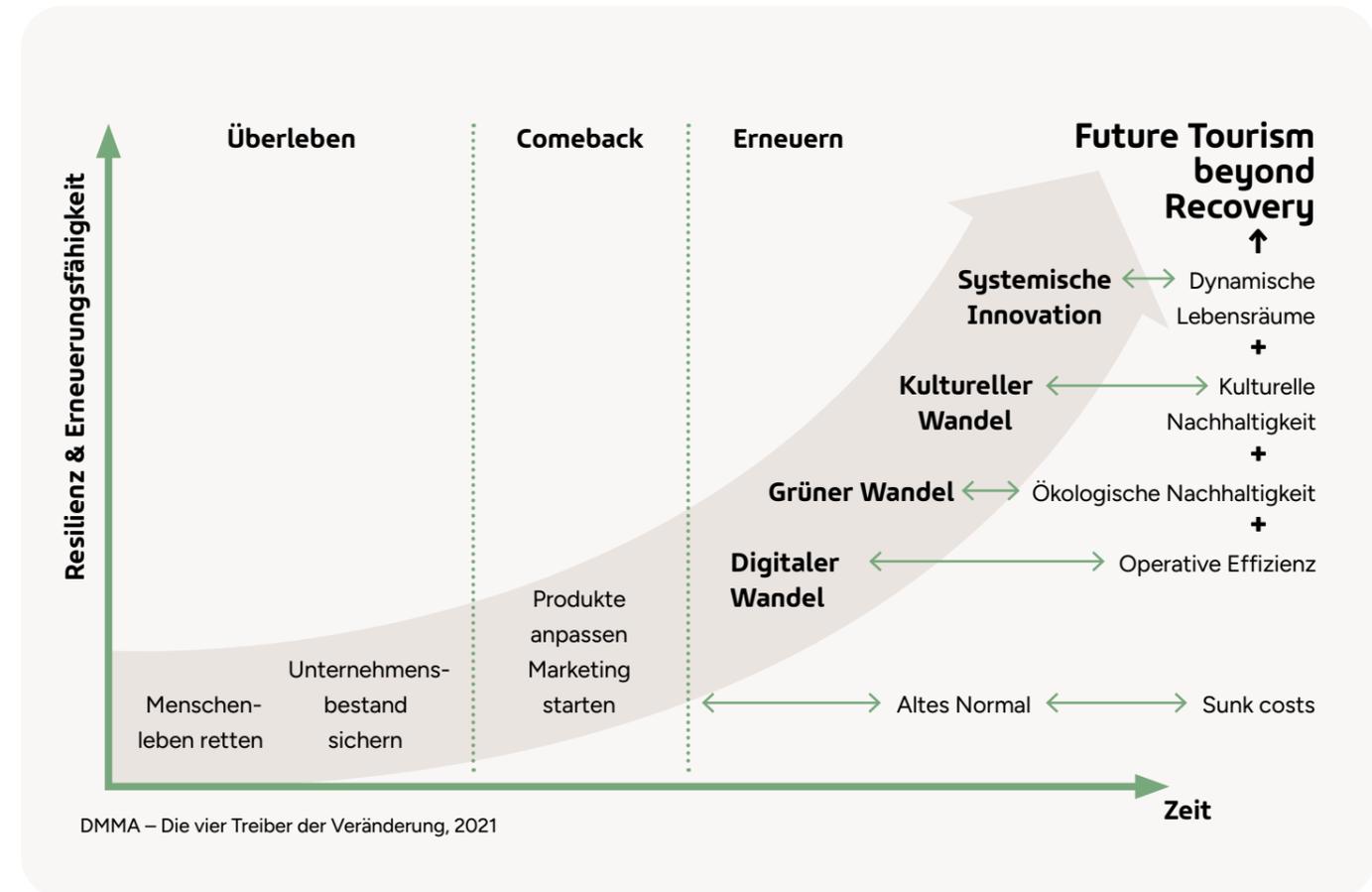
4. Fazit und Ausblick

5. Dank

1. Einleitung

Allgemeine Entwicklungen und Trends

Wir stehen vor vielfältigen Veränderungen – einer Transformation, die durch vier verschiedene Treiber beeinflusst wird. Diese Treiber wirken sich auf die Nachfrage, das Angebot sowie die Strukturen und Prozesse der Tourismusbranche aus. Wichtig zu beachten ist, dass diese Treiber nicht isoliert, sondern miteinander wirken.



Treiber 1: Der digitale Wandel

Der digitale Wandel beschreibt den tiefgreifenden Veränderungsprozess in Wirtschaft, Gesellschaft und Verwaltung durch den Einsatz digitaler Technologien. Es geht dabei nicht nur um die Einführung neuer Tools, sondern um ein grundlegendes Umdenken in Arbeitsweisen, Geschäftsmodellen und im Umgang mit Daten.

Hier sind die zentralen Aspekte:

- Technologieeinsatz: Nutzung von Cloud-Services, Künstlicher Intelligenz, Big Data, Automatisierung und IoT zur Effizienzsteigerung und Innovation.
- Veränderung von Geschäftsprozessen: Bestehende Abläufe werden digitalisiert oder komplett neu gedacht, um schneller, flexibler und kundenorientierter zu agieren.
- Kultureller Wandel: Mitarbeitende müssen neue digitale Kompetenzen entwickeln, Führungskräfte fördern Agilität, Offenheit und lebenslanges Lernen.
- Kundenzentrierung: Digitale Lösungen ermöglichen personalisierte Angebote, bessere Nutzererfahrungen und neue Kommunikationswege.

Treiber 2: Der grüne Wandel

Der grüne Wandel beschreibt die umfassende Veränderung hin zu einer nachhaltigen, klimaneutralen und ressourcenschonenden Wirtschafts- und Lebensweise. Sie ist ein zentrales Element des europäischen Green Deal, mit dem die EU bis 2050 klimaneutral werden will.

Hier sind die zentralen Aspekte:

- Klimaschutz und Emissionsreduktion: Verringerung von Treibhausgasen durch erneuerbare Energien, Energieeffizienz und nachhaltige Mobilität
- Kreislaufwirtschaft: Produkte sollen langlebiger, reparierbar und recycelbar sein – Abfall wird zur Ressource.
- Nachhaltige Industrie und Landwirtschaft: Förderung umweltfreundlicher Technologien, Reduktion von Chemikalien und CO₂-intensiven Prozessen
- Grüne Finanzierung und Regulierung: Neue EU-Vorgaben gegen Greenwashing und für transparente Umweltinformationen bei Produkten
- Soziale Gerechtigkeit: Der Wandel soll fair gestaltet werden – mit Unterstützung für Regionen, Branchen und Menschen im Umbruch.

Treiber 3: Der kulturelle Wandel

Der kulturelle Wandel bezeichnet die Veränderung von Werten, Normen, Verhaltensweisen, Symbolen und Traditionen innerhalb einer Gesellschaft über einen Zeitraum hinweg. Er ist ein natürlicher Bestandteil jeder Kultur und kann langsam oder sehr schnell verlaufen – je nachdem, welche Kräfte ihn antreiben.

Hier sind die zentralen Aspekte:

- Technologische Entwicklungen: Neue Medien, das Internet oder Künstliche Intelligenz verändern, wie wir kommunizieren, lernen und arbeiten.
- Globalisierung: Der Austausch zwischen Kulturen führt zu neuen Denkweisen, aber auch zu Spannungen oder Identitätsfragen.
- Soziale Bewegungen: Themen wie Gleichberechtigung, Diversität oder Klimaschutz prägen neue gesellschaftliche Werte.
- Migration und Demografie: Neue Bevölkerungsgruppen bringen andere kulturelle Prägungen mit, was zu einem Wandel im Alltag und in Institutionen führt.

Treiber 4: Der systemische Wandel

Der systemische Wandel (systemische Innovation) beschreibt Veränderungen, die nicht isoliert, sondern im Zusammenspiel aller Elemente eines Systems stattfinden – sei es in Organisationen, Gesellschaften oder Institutionen. Der Begriff stammt aus der Systemtheorie und betont, dass alles miteinander vernetzt ist: Wenn sich ein Teil verändert, hat das Auswirkungen auf das ganze System.

Hier sind zentralen Aspekte:

- Ganzheitlicher Blick: Statt nur einzelne Probleme zu lösen, wird das gesamte Gefüge betrachtet – inklusive Beziehungen, Dynamiken und Wechselwirkungen.
- Selbstorganisation: Veränderungen können nicht einfach „verordnet“ werden. Systeme verändern sich von innen heraus, wenn die Bedingungen dafür stimmen.
- Beteiligung und Kommunikation: Menschen im System werden aktiv einbezogen, da ihre Perspektiven und ihr Verhalten entscheidend für nachhaltigen Wandel sind.
- Anpassung an Komplexität: In einer Welt voller Unsicherheiten und Dynamik braucht es flexible, lernende Systeme statt starrer Strukturen.

Ziel des Papers und Relevanz des Themas

Das Burgenland steht exemplarisch für eine Region, die sich auf den Weg gemacht hat, Tourismus nicht bloß als wirtschaftlichen Motor, sondern als integralen Bestandteil des Lebensraums zu verstehen.

Unter dem Leitgedanken „Ein Bundesland. Ein Weg. Ein nachhaltiges Morgen.“ rückt dieses Paper das Destinationsmanagement in den Fokus und zeigt, wie durch einen systemischen Nachhaltigkeitsprozess eine lebensraumorientierte Perspektive und neue Synergien zwischen Tourismus, Regionalentwicklung und Lebensqualität entstehen können. Ziel der Arbeit ist es, zentrale strategische Ansätze für eine zukunftsfähige touristische Ausrichtung zu beleuchten und übertragbare Handlungsempfehlungen zu formulieren – immer mit dem Anspruch, ökonomische Interessen, soziale Bedürfnisse und ökologische Verantwortung in Einklang zu bringen. In Zeiten zunehmender Ressourcenknappheit, des Klimawandels und gesellschaftlicher Transformation gewinnt ein nachhaltiges Tourismusverständnis, das Einheimische nicht nur als Gastgeber:innen, sondern als Gestalter:innen anerkennt, an Relevanz. Das Burgenland bietet hierfür eine spannende Fallstudie, deren Erkenntnisse über den regionalen Kontext hinausweisen und Impulse für viele andere ländlich geprägte Destinationen geben können.

Warum eine neue Perspektive im Destinationsmanagement nötig ist

Der Tourismus steht heute vor einer Vielzahl komplexer Herausforderungen: Soziale Spannungen, ein sich wandelnder Arbeitsmarkt, zunehmende Nutzungskonflikte sowie die wachsenden Auswirkungen des Klimawandels bedrohen nicht nur die Attraktivität unserer Destinationen, sondern auch deren wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit. Diese Entwicklungen zeigen deutlich: Ein rein ökonomischer Blick auf den Tourismus greift zu kurz. Um dem Tourismus eine tragfähige Perspektive zu geben, braucht es eine bewusste Erweiterung des Verständnisses – weg vom bloßen Wirtschaftsraum, hin zu einem integrativen Wirtschafts- und Lebensraum. Die Lebensraumperspektive erlaubt es, soziale und ökologische Aspekte gleichberechtigt mit wirtschaftlichen Zielen zu denken. Sie schafft Raum für neue, ganzheitliche Strategien, die die Destination nicht nur als Besuchsort, sondern als komplexes Wirkungsgefüge begreifen, in dem Gäste, Einheimische, Natur und Wirtschaft miteinander verflochten sind. Nur wenn wir gezielt Ressourcen mobilisieren und die Destination umfassend und verantwortungsvoll gestalten, können wir den Tourismus langfristig resilient, akzeptiert und erfolgreich weiterentwickeln.

Was heißt Destinationsmanagement mit Lebensraumperspektive

Destinationsmanagement-Organisationen (DMOs) haben sich in der Vergangenheit immer wieder als anpassungsfähige Akteure erwiesen. Wandel und Veränderung gehörten stets zu ihrer DNA. Nun steht eine weitere, tiefgreifende Transformation an: weg von einer rein marketingorientierten Ausrichtung hin zu einem zukunftsgerichteten Destinationsmanagement, das den Lebensraum als zentralen Gestaltungsrahmen begreift. Die sogenannte Lebensraumperspektive stellt eine deutliche Erweiterung des Blickwinkels dar – mit der Lebensraumperspektive als Zukunftskompass: Sie verschiebt den Fokus vom alleinigen Wirtschaftsraum hin zum Wirtschafts- und Lebensraum. Damit rückt ein holistischer Ansatz in den Mittelpunkt, der die touristische Entwicklung nicht isoliert betrachtet, sondern aktiv in wirtschaftliche, soziale, ökologische und kulturelle Dynamiken integriert. Zukünftig müssen nicht nur die Erwartungen der Gäste berücksichtigt werden – ebenso zählen die Bedürfnisse der Bevölkerung, lokaler Unternehmen, Beschäftigter sowie die Anforderungen hinsichtlich Natur und Umwelt.

Diese Perspektivenerweiterung stärkt langfristig die Attraktivität der Destination, verleiht dem Markenbild Glaubwürdigkeit und fördert die wirtschaftliche Wertschöpfung – eingebettet in ein stabiles, regionales Fundament.

Der Wandel zur Destinationsmanagement-Organisation mit Lebensraumperspektive ist jedoch kein kurzfristiges Unterfangen. Die Umsetzung dieses ganzheitlichen Ansatzes erfordert auch eine inhaltliche Ausdifferenzierung neuer Handlungsfelder. Es handelt sich also um einen Prozess, der Geduld, Konsequenz und politisches Commitment voraussetzt – ebenso wie ausreichende Ressourcen und eine gesicherte Finanzierung über einen längeren Zeitraum.

Das Burgenland als Modellregion für die Lebensraumperspektive

Das Burgenland mit seinen drei Tourismusdestinationen (Nordburgenland, Mittelburgenland-Rosalia und Südburgenland) nimmt innerhalb der österreichischen Tourismuslandschaft eine wegweisende Rolle ein – nicht aufgrund der Größe (2024: rund 200.000 Ankünfte und rund 3.200.000 Nächtigungen), sondern weil es früh erkannt hat, dass der Tourismus der Zukunft weit mehr sein muss als ein reiner Wirtschaftsfaktor. In einer Zeit gesellschaftlicher und ökologischer Umbrüche setzt das Burgenland bewusst auf eine ganzheitliche Strategie, in der Tourismus als integrierter Bestandteil des regionalen Lebensraums gedacht wird. Diese strategische Neuausrichtung ist im „Masterplan Tourismus 2030“ verankert, der ökologische Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und ökonomische Entwicklung in einem gemeinsamen Rahmen vereint.

Unterstützt wird dieser Kurs durch die „Landestourismusstrategie 2030 – Burgenland trifft Zukunft“ (siehe <https://www.burgenland.info/tourismusstrategie>) und dem „Zukunftsplan Burgenland 2030“ der burgenländischen Landesregierung (siehe <https://www.burgenland.at/politik/landesregierung/zukunftsplan-2030/>), der klare politische Zielsetzungen formuliert – darunter Klimaschutz, Energieautonomie und soziale Gerechtigkeit. Diese programmatische Offenheit schafft ideale Rahmenbedingungen für die Umsetzung zukunftsorientierter Tourismusmodelle. Gleichzeitig zeigt das Burgenland hohe Netzwerkkompetenz und Kooperationsbereitschaft: Gemeinden, Betriebe und zivilgesellschaftliche Initiativen werden in Prozesse eingebunden, um gemeinsam regionale Resilienz aufzubauen.



Das Burgenland mit seinen drei Destinationen, Burgenland Tourismus, 2024

Mit dieser Kombination aus strategischer Klarheit, politischem Rückhalt, methodischem Innovationsgeist und gelebtem Miteinander wird das Burgenland zur Pilotregion – ein Testfeld und Impulsgeber für ein Destinationsmanagement mit Lebensraumperspektive, das den Tourismus als Gestaltungshebel für lebenswerte, starke und zukunftsfähige Regionen versteht.

2. Der Burgenland-Ansatz zur Transformation

Die Lebensraumperspektive im Destinationsmanagement steht für einen grundlegenden Paradigmenwechsel im Tourismus:

Sie erweitert die klassische Sichtweise vom rein wirtschaftlich geprägten Raum hin zu einem integrierten Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum. Ziel ist es, Destinationen ganzheitlich zu gestalten – nicht nur für Gäste, sondern auch für Einheimische, Betriebe, Umwelt und lokale Kultur. Dabei werden soziale, ökologische und ökonomische Aspekte gleichwertig in strategische Überlegungen eingebunden. Um diesen Wandel zu vollziehen, bedarf es einer Reihe konkreter Interventionen und Maßnahmen. Das Burgenland entschied sich im Herbst 2023 dafür, Nachhaltigkeitsprozesse in allen drei Destinationen (im Lead Burgenland Tourismus, finanziert und gefördert für vier Jahre) als systemische Interventionen zur Entwicklung der Lebensraumperspektive zu starten und gleichzeitig international anerkannte Zertifizierungen als gemeinsame Zielsetzung anzustreben.

Warum Nachhaltigkeitsprozesse als systemische Intervention zur Lebensraumperspektive wirken

Systemische Interventionen beziehen sich im Tourismus auf Ansätze und Maßnahmen, die darauf abzielen, das gesamte touristische System zu verändern und zu verbessern sowie die notwendige Transformation auch in Richtung der Lebensraumperspektive voranzutreiben. Dabei wird das Tourismus-System als ein komplexes Netzwerk von Akteur:innen, Prozessen und Strukturen in der Region betrachtet, die miteinander eng interagieren und sich gegenseitig beeinflussen.

Hier sind einige wichtige Aspekte:

- Ganzheitlicher Ansatz: Unsere Tourismusdestinationen sind Lebensräume, für die auch wir Verantwortung übernehmen müssen! Sie berücksichtigen zukünftig neben den Gästebedürfnissen zwingend die Anforderungen der gesamten Region, der Unternehmen, der Beschäftigten, der heimischen Bevölkerung und der Natur gleichermaßen. Für diese Lebensraumperspektive benötigen wir ein neues Mindset und ein strategisches, ganzheitliches (nicht nur touristisches) Denken in unseren Organisationen, Gremien sowie in den unterschiedlichen Partner- und Stakeholdergruppen.

- **Netzwerkbildung und Zusammenarbeit:** Systemische Interventionen fördern die sektorübergreifende Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen verschiedenen Akteur:innen in der Region. Dies kann durch gemeinsame Projekte, Partnerschaften, neue Formen der Kooperation und durch den Austausch von Wissen und Ressourcen geschehen.
- **Anpassungsfähigkeit und Resilienz:** Systemische Interventionen zielen darauf ab, das touristische System anpassungsfähiger und resilienter zu machen, um auf Veränderungen, Chancen und Herausforderungen, wie zum Beispiel den Klimawandel besser reagieren zu können.

Ein sehr gutes Beispiel für systemische Interventionen im Tourismus sind Nachhaltigkeitsprozesse mit der Zielsetzung der Zertifizierung, die darauf abzielen, das gesamte touristische System nachhaltiger zu gestalten.

Sie sind ein wirkungsmächtiges Tool, das helfen kann, den Transformationsprozess in Richtung Lebensraumperspektive der Destinationen zu starten und zu unterstützen. Die ersten Zertifizierungen in österreichischen Destinationen zeigen, dass die großen Herausforderungen für die Destinationsmanagement-Organisation (DMO) meist darin liegen, echte Partizipationsprozesse aufzusetzen, die auch die Bevölkerung aktiv einbinden. Zudem ist es schwierig, messbare Kennzahlen KPIs und Ziele zu definieren und diese in Monitoringsystemen sichtbar zu machen, und landesweite Klimastrategien auf konkrete Handlungsanleitungen für die DMO und ihre Partner herunterzubrechen.



Überreichung der Doppelzertifizierungen an das Burgenland, 2025

Der Nachhaltigkeitsprozess des Burgenlandes

Das Burgenland ist das größte aktuelle Beispiel einer solchen systemischen Intervention in Österreich. Es startete mit seinen drei Destinationen und 171 Gemeinden im Jänner 2024 in den Prozess zur Doppelzertifizierung (TourCert und Österreichisches Umweltzeichen) und hat ein Jahr und fünf Monate später österreichische Tourismusgeschichte in Bezug auf Nachhaltigkeit geschrieben.

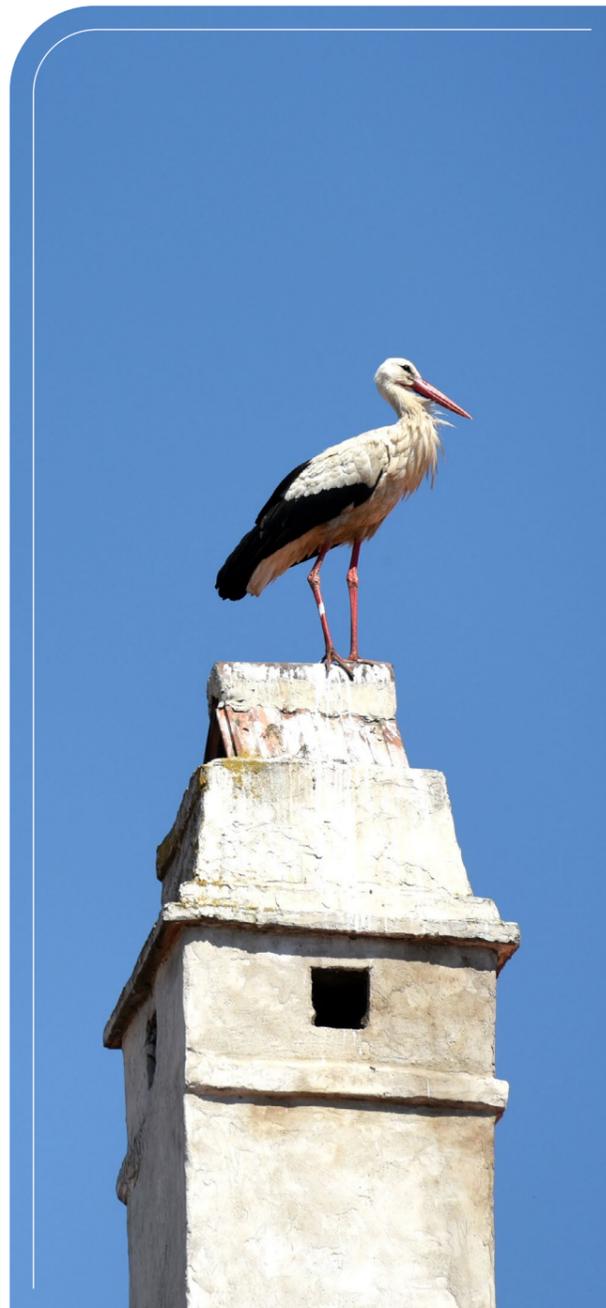
- Erstmals wurden mit 30. April 2025 alle Destinationen eines österreichischen Bundeslandes nachhaltigkeitszertifiziert!
- Und das dazu gleich doppelt – mit dem internationalen TourCert Siegel (das erstmals in Österreich vergeben wurde) und dem Österreichischen Umweltzeichen für Destinationen!
- Noch nie wurden in Österreich so große Destinationen mit insgesamt 171 Gemeinden zertifiziert!

Unser Nachhaltigkeitsprozess Wie machen wir es



Ein stark partizipativer Prozess in allen 3 Destinationen wurde im Jänner 2024 gestartet.

TourCert-Prozess zur Zertifizierung der burgenländischen Destinationen



Warum wurde die Zertifizierung in diesem Bundesland angestrebt?

- Die Zertifizierung der Destinationen entspricht sowohl der nationalen Zertifizierungsstrategie (auf der Basis des Masterplans T für Tourismus) als auch dem verabschiedeten Masterplan der Tourismuslandesstrategie Burgenland 2030 (als hochpriorisiertes Starter-Projekt)
- Der langfristige strategische Nachhaltigkeitsprozess in den Destinationen soll die Entwicklung fördern und Maßnahmen messbar und transparent machen!
- Es soll eine nach innen und außen spürbare Haltung in einem landesweiten, sektorenübergreifenden Netzwerk zum Thema Nachhaltigkeit entwickelt werden, welche die gemeinsame Sprache und Denkweise zur Nachhaltigkeit in den Regionen fördert und die regionale Identität und Wertschöpfung steigert!
- Es soll der Prozess zum Destinationsmanagement mit Lebensraumperspektive gestartet und vorangetrieben werden!
- Es sollen neue kommunizierbare, nachhaltige Angebote geschaffen werden, um neue Gäste für das Burgenland zu gewinnen und den Ganzjahres-Qualitätstourismus weiterzuentwickeln!
- Es soll das Tourismus-System der Destination auf neue gesetzliche Vorschriften (z. B. „EU Green-Claims Directive“, Förderungen oder Finanzierungen) vorbereitet werden!

Welche systemischen Interventionen wurden durch den Nachhaltigkeitsprozess initiiert?

In den burgenländischen Destinationen wurden durch den Nachhaltigkeitsprozess vielfältige systemische Interventionen auf unterschiedlichen Ebenen angestoßen.

Auf der Ebene der Destinationsmanagement-Organisationen (DMO):

- Eine Organisationsentwicklung mit einer Weiterentwicklung der Teams und neuer Aufgaben- und Rollen für einen zukunftsfähigen Tourismus in der Region
- Die partizipative Entwicklung eines Nachhaltigkeitsleitbildes für die DMO
- Eine umfangreiche Datensammlung, um zukünftig evidenzbasierte Gesprächsräume öffnen zu können und faktenbasierte Entscheidungen auf der Basis von definierten KPIs und Zielsetzungen treffen zu können
- Die erstmalige Erarbeitung und Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten
- Die Entwicklung neuer Förderungen für die Zertifizierung der betrieblichen Ebene, um Nachhaltigkeit in der Destination noch sichtbarer zu machen



Masterplan T für Tourismus und Landestourismusstrategie Burgenland 2030

In der Zusammenarbeit Landestourismusorganisation und DMO und zwischen den DMOs im Land:

- Die Organisations- und Kulturentwicklung mit einer Prozess- und Rollendiskussion im System
- Die Entwicklung von Prozesskompetenzen, um komplexe Ausverhandlungsprozesse gestalten zu können
- Die gemeinsame Aneignung von Know-how zu Daten und zu Indikatoren

In der sektorübergreifenden Kooperation in der Region (aus der Perspektive Lebensraum):

- Die Entwicklung von Nachhaltigkeitsnetzwerken mit der Konstituierung von Nachhaltigkeitsräten in den Regionen
- Alle Gemeinden und Bürgermeister:innen wurden für den Nachhaltigkeitsprozess an Bord geholt und haben „Letter of Intent“ zur Unterstützung unterschrieben. Damit wurde die Wertschätzung für den Tourismus und den Prozess auch öffentlich dokumentiert.
- Die Gästemobilität (inkl. BAST-Anrufsammeltaxi) mit der „Burgenland Card“ gratis ab 1. Juni 2024 – ein Riesenschritt für die Weiterentwicklung der Mobilität in den Regionen (für die Bevölkerung und die Gäste)
- Die Weiterentwicklung des myburgenland.shops (www.myburgenland.shop), um regionale Produzent:innen, Handwerk und Tourismus noch enger miteinander zu verbinden.

Was macht diesen burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess so einzigartig?

Der burgenländische Nachhaltigkeitsprozess unterscheidet sich in seiner Tiefe, Breite und Wirksamkeit von anderen und dient als Vorbild weit über die Landesgrenzen hinaus. Fünf zentrale Gründe zeigen, warum dieser Prozess ein echtes Aushängeschild für ein zukunftsorientiertes, gemeinschaftliches Handeln mit Lebensraumperspektive in unseren Destinationen sein kann:

- Die außergewöhnliche Dimension und die parteiübergreifende Allianz: Mit den drei Tourismusdestinationen Nordburgenland, Mittelburgenland-Rosalia und Südburgenland und insgesamt 171 Gemeinden sowie einer Nord-Süd-Ausdehnung von 166 Kilometern hat dieser Prozess eine beeindruckende räumliche Größenordnung. Bemerkenswert ist dabei vor allem aber auch die breite parteiübergreifende Unterstützung der Gemeinden, die zeigt: Nachhaltigkeit kennt keine politischen Grenzen. Sie vereint das Burgenland in einer gemeinsamen Haltung.
- Gelebte Rollenteilung im Tourismus-System: Was andersorts für Spannungen sorgt, versucht man im Burgenland konstruktiv zu lösen: Die funktionierende Rollen- und Aufgabenverteilung zwischen lokalen, regionalen und landesweiten Akteur:innen und Ebenen im Tourismus wird



auch im Nachhaltigkeitsprozess vorbildhaft umgesetzt und vorangetrieben. Damit entwickelt sich das Burgenland zu einem echten Role-Model für ganz Österreich.

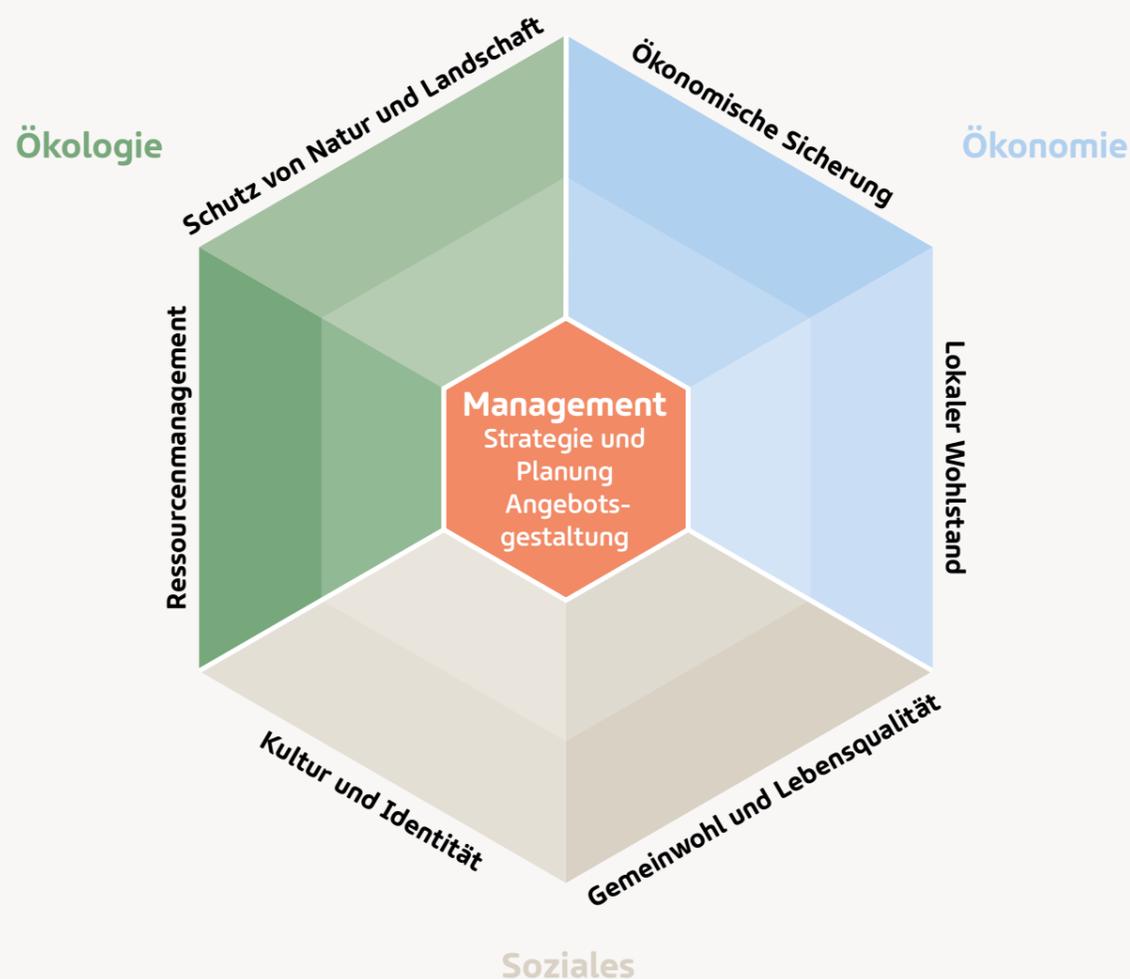
- Die Lebensraumperspektive des Tourismus: Es wird nicht in Silos gedacht: Die Tourismusdestinationen werden als Lebensräume erfasst, für die Verantwortung übernommen wird. Die Destinationen berücksichtigen bestmöglich neben den Gästebedürfnissen die Anforderungen der gesamten Region, der Unternehmen, der Beschäftigten, der heimischen Bevölkerung und der Natur. In einem vierjährigen Maßnahmenprogramm wurden die wichtigsten sechs TourCert-Handlungsfelder (Management-Strategie und -Planung inklusive nachhaltige Produkt- und Angebotsgestaltung / ökonomische Sicherung und lokaler Wohlstand / Schutz von Natur und Landschaft / Ressourcenmanagement / Kultur und Identität / Gemeinwohl und Lebensqualität) mit konkreten Aktivitäten definiert und zum Teil in das Regierungsprogramm des Landes übernommen – als ein starkes Zeichen für die politische Verankerung und gesellschaftliche Relevanz.
- Die intensive Vernetzung und Kooperation: Die intensive sektorenübergreifende Zusammenarbeit wird in vielen konkreten Projekten zwischen verschiedensten Akteur:innen in den Destinationen sichtbar und erlebbar. Zum Beispiel als Vorreiter bei der landesweiten kostenlosen Gästemobilität (inklusive dem BAST-Anrufsammeltaxi) – ein Riesenschritt für die Weiterentwicklung der Mobilität im ländlichen Raum des Landes – oder mit der myburgenland-Plattform (www.myburgenland.shop), um regionale Produzent:innen, Handwerk und Tourismus noch enger miteinander zu verbinden.
- Leidenschaft und positive Zukunftsbilder: Gerade in Zeiten des Wandels oder der Krise sind positive Zukunftsbilder entscheidend, um Chancen zu erkennen und innovative Lösungen zu entwickeln. Diese positiven Zukunftsbilder mit entsprechender Leidenschaft gibt es im Burgenland – Nachhaltigkeit ist vielerorts Leitbild, Haltung und gelebte Praxis.

Die Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen

Das Destinationsmanagement mit Lebensraumperspektive ist ein ganzheitlicher Ansatz, der eine Konkretisierung möglicher neuer Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen braucht. Diese Detaillierung erfolgte im burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess in den Destinationen durch ein vierjähriges Maßnahmenprogramm (2025–2028) in sechs Handlungsfeldern in den drei Hauptdimensionen der Nachhaltigkeit, die zusammen als „Triple Bottom Line“ bekannt sind.

Die Dimensionen und Handlungsfelder sind eng miteinander verbunden und beeinflussen sich gegenseitig:

- Management (Strategie, Planung inkl. nachhaltiger Angebotsgestaltung)
- Ökonomische Sicherung und lokaler Wohlstand
- Schutz von Natur und Landschaft
- Ressourcenmanagement
- Kultur und Identität
- Gemeinwohl und Lebensqualität



Handlungsfelder aus dem TourCert-Prozess des Burgenlandes, 2024

Die Ziele und Maßnahmen wurden in den installierten Nachhaltigkeitsräten der Destinationen vorgestellt und diskutiert und mit der Landestourismusorganisation Burgenland Tourismus abgestimmt und in Teilen in das neue Programm der

burgenländischen Landesregierung („Zukunftsplan Burgenland 2030“) übernommen. Das Maßnahmenprogramm wird jährlich aktualisiert und auf seine Wirksamkeit hin überprüft. Die Evaluierung wird dokumentiert.

Anbei beispielhaft einige definierte Ziele und Maßnahmen in den Handlungsfeldern:

Handlungsfeld	Ziel	Maßnahmen
Management (Strategie, Planung inkl. nachhaltiger Angebotsgestaltung)	Entwicklung eines Nachhaltigkeitsnetzwerkes in der Destination (Zielsetzung: gemeinschaftliches nachhaltiges Agieren)	Wissenstransfer und Vernetzung mit diversen Stakeholdergruppen: z. B. Vermieter:innen-Workshops, Gästeführer:innen-Stammtische, Gästeinformationen ... Netzwerk, Austausch KEM/KLAR Regionen
Management (Strategie, Planung inkl. nachhaltiger Angebotsgestaltung)	Gäste für Nachhaltigkeit sensibilisieren und begeistern	Workshops mit diversen Stakeholder:innen (z. B. Nationalpark) und Marketingverantwortlichen der Destinationen/Land und Maßnahmenerstellung
Management (Strategie, Planung inkl. nachhaltiger Angebotsgestaltung)	Mobilitätsoffensive (mit Zielsetzung CO2-Verbrauch zu reduzieren – bei Anreise/Abreise/letzter Meile und Vor-Ort Mobilität)	Konzepterstellung mit jährlicher Aktivitätenplanung
Management (Strategie, Planung inkl. nachhaltiger Angebotsgestaltung)	Nachhaltige Angebotsentwicklung	Maßnahmenprogramm (Kriterienkatalog, Schulungen, Tool-Kit für Betriebe, Innovationen ...)
Ökonomische Sicherung und lokaler Wohlstand	Saisonverlängerung	Entwicklung neuer nachhaltiger Angebote / Förderung von Events und Aktivitäten in der Vor- und Nachsaison
Ökonomische Sicherung und lokaler Wohlstand	Regionalitätsoffensive	Konzeptentwicklung Regionalität inkl. Maßnahmenkatalog, Workshops in Betrieben, Toolbox-Lösungen anbieten (z. B. in Workshops / Wissenstransfer), Einkaufsgemeinschaften, Bewusstseinsbildung, „Good Practices“ ...
Schutz von Natur und Landschaft	Klimastrategie des Landes auf Destination herunterbrechen	Evaluierung Strategie / Herausarbeiten der touristisch relevanten Punkte für Destination
Ressourcenmanagement	Unterstützung der betrieblichen Ebene (Energie-Effizienz, Food-Waste ...)	Entwicklung einer Tool-Box für Betriebe (konkrete Handlungsanleitungen, „Good Practices“), Workshops
Kultur und Identität	Hilfestellung Beantragung UNESCO immaterielles Kulturerbe	Unterstützung des Projektes als Kooperationspartner
Gemeinwohl und Lebensqualität	Steigerung der Tourismusakzeptanz/ Tourismusgesinnung in der Destination	Konzepterstellung mit jährlichem Aktivitätenplan

Auszug aus den Handlungsfeldern, Ziele und Maßnahmen burgenländischer Nachhaltigkeitsprozess 2024–2028

3. Wirkung & Ergebnisse

Erste umgesetzte Leuchtturm-Projekte und Ergebnisse

Die ersten Projekte im burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess zeigen: Echter Wandel beginnt mit Offenheit, Zusammenarbeit und dem Mut, etablierte Pfade zu verlassen.

Die Entwicklung des Mindsets:

Für einen nachhaltigen Prozess der Entwicklung einer Lebensraumperspektive in den Destinationen benötigt es vor allem ein neues Mindset und ein strategisches, ganzheitliches (nicht nur touristisches) Denken in den wirkenden Organisationen, den Gremien sowie allen wichtigen Partner- und Stakeholdergruppen. Es braucht eine Bewusstseinsbildung zur Wichtigkeit und Notwendigkeit der Lebensraumperspektive im nachhaltigen Destinationsmanagement. Nur das Verständnis für den Nutzen und eine breite Identifizierung mit diesem Thema schafft letztlich auch eine entsprechende Legitimation in den Gremien mit entsprechenden Gestaltungs- und Handlungsspielräumen für die Destinationsmanagement-Organisationen. Konkret umgesetzte Beispiele zur Entwicklung des Mindsets im burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess sind:

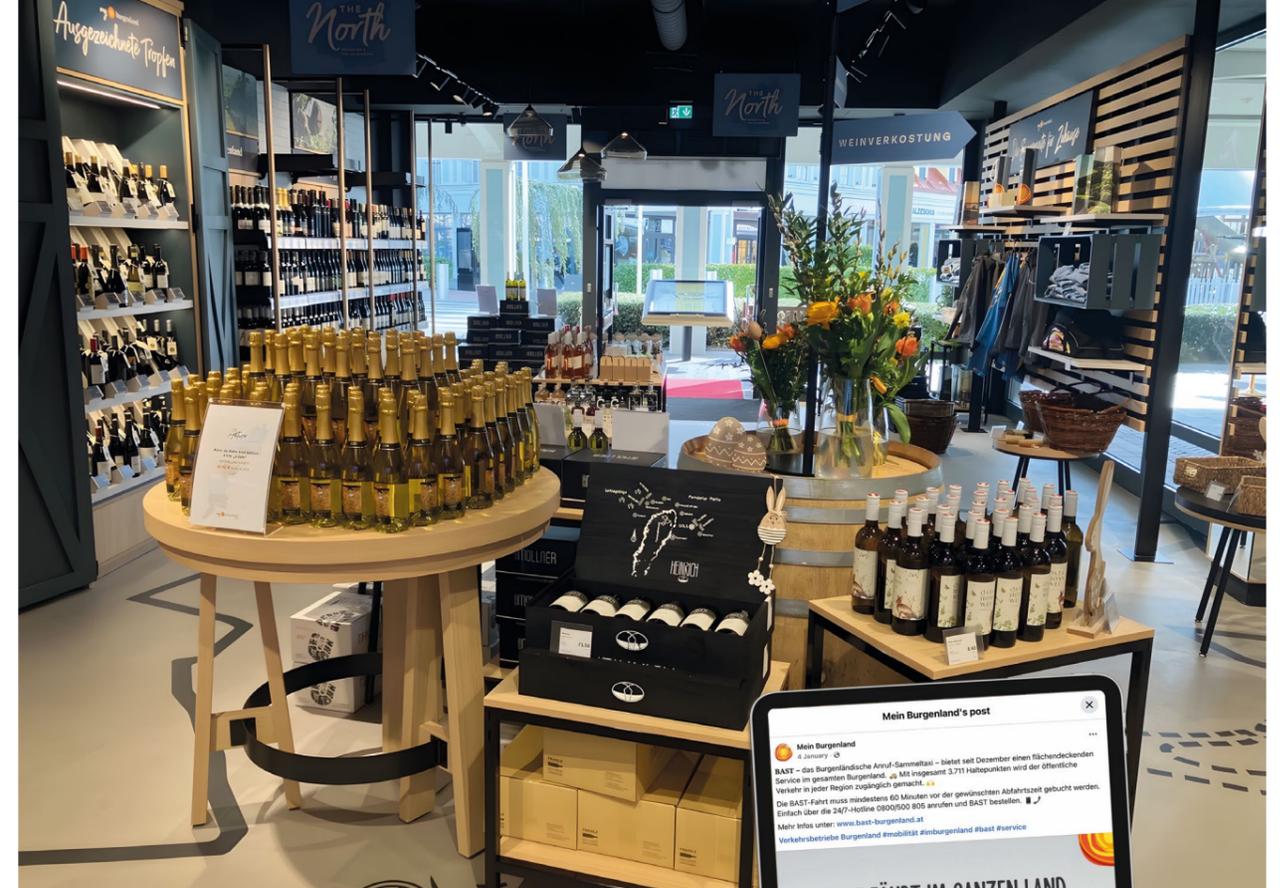
- Sensibilisierung und Qualifizierung: Die Teams der Destinationen wurden in drei ganztägigen Workshops intensiv „onboarded“ – die Grundlage für ein gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis wurde geschaffen.
- Strukturen schaffen und verankern: Nachhaltigkeitsräte wurden konstituiert und fungieren als Steuerungsorgan für den Prozess in den Destinationen.
- Partizipation fördern: Betriebe wurden durch Roadshows eingebunden, ein regionales Netzwerk ist im Aufbau – der Dialog ist gestartet.

- Stakeholder:innen-Vernetzung: Eine verstärkte Kooperation mit Akteur:innen wie Naturparke, Nationalpark, KEM-Regionen und UNESCO Welterbe trägt zur systemischen Verankerung bei.
- Politische Verbindlichkeit: Alle Gemeinden haben einen „Letter of Intent“ unterzeichnet – ein starkes Commitment für den gemeinsamen Weg.
- Vision und Programm: Ein partizipativ entwickeltes Nachhaltigkeitsleitbild mit mehrjährigem Maßnahmenprogramm wurde verabschiedet – ein strategischer Meilenstein.
- Kommunikation und Sichtbarkeit: Erstmals wurde ein Nachhaltigkeitsbericht erstellt (Jänner 2025), die Kommunikation in Richtung Betriebe, lokaler Bevölkerung und Gäste wurde ausgebaut – Transparenz trifft Inspiration.

Die Entwicklung und Umsetzung sektorenübergreifender Kooperation / der myburgenland.shop:

Ein zentrales Anliegen im Nachhaltigkeitsprozess des Burgenlandes ist die Planung und Umsetzung einer Regionalitätsoffensive, um regionale Wertschöpfungskreisläufe gezielt zu stärken und unterschiedliche Sektoren (Landwirtschaft, Handwerk, Tourismus) miteinander zu vernetzen. Die Produzent:innen aus dem Burgenland spielen dabei eine bedeutende Rolle und sind ein wesentlicher Bestandteil des touristischen Angebots. Sie wurden durch ein landesweites Warenwirtschaftssystem und Logistikprozesse verbunden.

Bereits im Mai 2023 wurde im Designer-Outlet Parndorf (rund 6,3 Millionen Besucher:innen jährlich) der erste Burgenland Concept Marken-Store als neues, einzigartiges hybrides Experience-Format Gastronomie, Handel und Tourismus auf einer Fläche von rund 220 m² (+72 m² Terrasse) eröffnet. Das Konzept soll auch dementsprechend skaliert werden (in andere wichtige touristische Herkunftsmärkte des Burgenlandes – z. B. Wien, Budapest oder München).



Der myburgenland.shop im Designer Outlet Center in Parndorf, 2024

Das Burgenland-Markenerlebnis spielt eine zentrale Rolle. Den Besucher:innen des Shops soll ein zeitgemäßes burgenländisches Lebensgefühl vermittelt werden. Der Shop ist ein Botschafter und damit ein Markenzeichen für das ganze Land und seine Produkte und soll das Burgenland mit seiner kulturellen, kulinarischen und touristischen Vielfalt positionieren. Nach innen wirkt er als ein Leuchtturm für ein innovatives Tourismus- und Lebensraum-Marketing des Burgenlandes.

Das Sortiment des Shops (es gibt auch eine angeschlossene E-Commerce Lösung <https://myburgenland.shop> mit Zentral-lagerlogistik) umfasst neben einem Gastro-Angebot vier Hauptkategorien ausschließlich regionaler burgenländischer Produkte: Getränke, Lebensmittel, Non-Food (Handwerk) und Geschenke. Dazu gibt es auch vielfältige touristische Informationsmöglichkeiten.

Eine wesentliche Rolle in diesem Projekt spielt auch die Datennutzung – die touristischen Daten werden für andere Sektoren in Wert gesetzt – ein erster Schritt in der Entwicklung einer regionalen Plattformökonomie. Der myburgenland.shop wurde im Auditprozess der Doppelzertifizierung mit dem österreichischen Umweltzeichen und dem TourCert als Best-Practice-Beispiel nachhaltiger regionaler sektorenübergreifender Entwicklung ausgezeichnet.



Info BAST Service, 2025

Die Entwicklung und Umsetzung ressourcenschonender Gästemobilität:

Mit zuletzt 839.000 Tonnen im Jahr 2024 verursachte der Verkehr die Hälfte von Burgenlands Treibhausgas-Emissionen, wie eine aktuelle VCÖ-Analyse (siehe www.vcoe.at) auf Basis von Daten des Umweltbundesamts zeigt. Dass Klimaschutz-Maßnahmen wirken, zeigt sich an der Entwicklung in den vergangenen Jahren: Seit dem Jahr 2019 sind die Verkehrsemissionen des Burgenlands um 117.000 Tonnen gesunken.

Einen wichtigen Beitrag zur weiteren positiven Entwicklung kann und muss hier auch der Tourismus leisten. Mit der Burgenland Card, die auch beim VCÖ-Mobilitätspreis Burgenland 2024 ausgezeichnet wurde, können Urlaubsgäste seit 1. Juni 2024 alle Linien des öffentlichen Verkehrs im Burgenland und das burgenländische Anrufsammeltaxi (BAST) auch für die An- und Abreise ab Bundeslandgrenze kostenfrei nutzen. Als erstes Bundesland Österreichs.



Road Show für Betriebe in Neusiedl am See, 2024

Das erhöht die Attraktivität des Burgenlands als Reiseziel und zusätzlich kann die Verkehrsbelastung reduziert werden, wenn die Urlaubsgäste statt mit dem Auto öffentlich an- und abreisen oder zu Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen fahren. Dies gilt es jetzt auch mit einer Offensive zum Thema Mobilität im Rahmen der laufenden Nachhaltigkeitsprozesse der Destinationen im Burgenland an die Gäste und Tourismus- und Freizeitbetriebe bestmöglich zu kommunizieren, um eine Verhaltensänderung in der Mobilität herbeizuführen.



Gäste-Info aus der „Nachhaltigkeits-Toolbox des Burgenlandes“, 2025

Die Entwicklung und Umsetzung der „Nachhaltigkeits-Toolbox“:

Sie gibt Beherbergungsbetrieben Tipps, wie sie selbst im Bereich der ökonomischen, sozialen und kulturellen Nachhaltigkeit wirksam werden können. Sie sind einerseits ein „Ideenpool“, andererseits beinhalten sie auch ganz konkrete Handlungsanleitungen (z. B. zur Reduktion von „Food Waste“, Energiesparmaßnahmen, Kommunikation der öffentlichen Anreise ...). Insgesamt gibt es 36 Karten in drei Kategorien: Informationskarten mit allgemeinen Themen (wie z. B. regionale Ansprechpersonen, SDGs, Fördermöglichkeiten ...), Tipp-Karten für Betriebe, die praktische Hinweise zu Energie, Wasser, Abfall, Biodiversität, Regionalität, kultureller Nachhaltigkeit u. v. m. geben, und direkt einsetzbare „Gäste-Informationskarten“ zum Aufstellen im Betrieb z. B. an der Rezeption, beim Buffet oder im Zimmer.

Mit der Verteilung der Toolbox an touristische Betriebe werden gleich mehrere Ziele erreicht:

- **Sensibilisierung:** Die touristischen Betriebe sollen verstehen, warum Nachhaltigkeit im Tourismus ein zentrales Zukunftsthema ist – sowohl ökologisch, sozial als auch wirtschaftlich.
- **Wissensvermittlung:** Ziel ist es, konkrete Informationen über nachhaltige Maßnahmen, Zertifizierungen oder Fördermöglichkeiten zu vermitteln, die für den Betrieb umsetzbar sind, sowie die Tourismusstrategie des Burgenland Tourismus nachhaltig zu verankern.



Auszug aus der „Nachhaltigkeits-Toolbox des Burgenlandes“, 2025

- **Vertrauen aufbauen:** Durch glaubwürdige Inhalte und einfache und bewährte Praxisbeispiele soll Vertrauen in die Relevanz und Umsetzbarkeit nachhaltiger Maßnahmen geschaffen werden.
- **Dialog anstoßen:** Die Empfänger sollen ermutigt werden, Rückfragen zu stellen, Feedback zu geben oder Beratungsgespräche anzufordern und mit dem Burgenland Tourismus und den Nachhaltigkeitsbeauftragten ihrer Region in Dialog zu treten.
- **Handlungsbereitschaft fördern:** Die Zielgruppe soll motiviert werden, erste (oder nächste) Schritte in Richtung nachhaltiger Betriebsführung zu unternehmen.
- **Imageaufbau und Positionierung:** Das Mailing soll dazu beitragen, den Absender, die Burgenland Tourismus GmbH, als kompetenten, unterstützenden Partner für nachhaltige Entwicklung zu positionieren.

- **Angebote oder Dienstleistungen bewerben:** Bestehende nachhaltige Angebote (z. B. Beratungsleistungen, regionale Angebote, Netzwerkiniciativen) sollen vorgestellt und aktiv beworben werden.
- **Messbare Reaktionen auslösen:** Ziel ist es, mehr Betriebe zu begeistern, sich mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen und eine Zertifizierung mit dem „Österreichischen Umweltzeichen“ anzustreben.

Die Toolbox wird von den Betriebs-Coaches seit Juni 2025 an alle Betriebe des Burgenlandes verteilt und kann auch für andere Regionen adaptiert werden.



Key-Learnings aus dem burgenländischen Nachhaltigkeitsprozess

- Der Nachhaltigkeitsprozess im Burgenland hat nicht nur strategische Weichen für eine zukunftsgerichtete Tourismusentwicklung und die Entwicklung der Lebensraumperspektive gestellt, sondern auch zahlreiche praxisbezogene Erkenntnisse hervorgebracht, die für andere Destinationen von hoher Relevanz sind. Dabei zeigt sich deutlich, dass wirkungsvolle Veränderungen nicht allein durch Konzepte entstehen, sondern durch Menschen, Zusammenarbeit und eine geteilte Haltung.
- Ein wesentliches Learning ist die Bedeutung von Teamwork und internem Austausch. Der dialogorientierte Prozess innerhalb der Organisationen – sowohl in kleinen Arbeitseinheiten als auch im übergreifenden Team – hat nicht nur Vertrauen gestärkt, sondern auch Raum für kollektives Lernen geschaffen. Diese Form des Austauschs erwies sich als tragende Säule, um unterschiedliche Perspektiven zusammenzuführen und eine gemeinsame Vision zu entwickeln.
 - Dabei war die Bewusstseinsbildung unter Leistungsträger:innen und Mitarbeitenden ein zentraler Baustein: Nachhaltigkeit beginnt im Denken und Handeln jedes Einzelnen. Durch gezielte Sensibilisierung konnten bestehende Denkmuster hinterfragt und nachhaltige Werte in der täglichen Arbeit verankert werden. Dieser „Mindset-Shift“ auf breiter Basis hat wesentlich dazu beigetragen, dass der Prozess nicht als abstrakte Strategie, sondern als gelebte Veränderung wahrgenommen wurde.
 - Ein weiteres zentrales Learning war die Bereitschaft, über den eigenen Aufgabenbereich hinauszudenken. Nachhaltigkeit kann nicht isoliert betrachtet werden – sie berührt fast alle Lebensbereiche. Der Blick über den Tellerrand, hin zu neuen Perspektiven und Querverbindungen, hat es ermöglicht, innovative Ansätze zu entwickeln und Chancen dort zu

- erkennen, wo bisher eher Grenzen gesehen wurden.
- Besonders herauszustellen ist der Rückhalt durch Führung und Team. Die aktive Unterstützung der Geschäftsführung sowie die engagierte Mitwirkung aller Beteiligten haben sich als entscheidender Erfolgsfaktor erwiesen. Wenn strategische Veränderungen von oben gewollt und gleichzeitig von unten mitgetragen werden, entsteht jene Dynamik, die für tiefgreifenden Wandel notwendig ist.
 - Ein Paradebeispiel für gelungene Kooperation stellt zudem die Zusammenarbeit zwischen dem Landes-Tourismusverband (LTO) und den Destinationen dar. Dieser Schulterschluss ermöglichte es, regionale Stärken zu bündeln, Ressourcen effizient einzusetzen und die Lebensraumperspektive als gemeinsame Linie der burgenländischen Tourismusentwicklung zu positionieren.
 - Nicht zuletzt zeigte sich, dass es im Startpunkt hilfreich und effektiv war, sich auf fördernde Partner:innen zu konzentrieren – also auf jene Akteur:innen, die den Prozess aktiv unterstützen und frühzeitig Begeisterung zeigen. Sie übernehmen oftmals eine Multiplikatorenrolle, treiben Veränderungen voran und erleichtern die spätere Einbindung weiterer Stakeholder:innen.

Diese Erkenntnisse machen deutlich:

Der Nachhaltigkeitsprozess im Burgenland war nicht nur ein strategisches Vorhaben, sondern auch ein Lernfeld für Zusammenarbeit, Haltung und gemeinsame Verantwortung. Die Key-Learnings bilden damit eine wertvolle Grundlage für zukünftige Entwicklungen – sowohl innerhalb des Burgenlands als auch weit darüber hinaus.

4. Fazit & Ausblick

Das Burgenland mit seiner Landestourismusorganisation und seinen drei Destinationen ist ein Vorzeigebispiel für die Entwicklung der Lebensraumperspektive im Destinationsmanagement durch einen systemischen Nachhaltigkeitsprozess mit der Zielsetzung der Zertifizierung.

Es ist auf dem Weg seinen Tourismus nicht nur aus Sicht der Gäste zu denken, sondern als ganzheitlichen Lebensraum für Einheimische, Betriebe und Natur zu gestalten. Der langfristig aufgesetzte Nachhaltigkeitsprozess berücksichtigt soziale, ökologische und wirtschaftliche Aspekte – von Mobilität über Biodiversität bis zur regionalen Wertschöpfung.

Es erfolgte eine Ausweitung des Blickwinkels vom Wirtschaftsraum auf den Wirtschafts- und Lebensraum. In einem vierjährigen umfangreichen Maßnahmenprogramm (bis 2028) werden Partizipation und Netzwerkbildung gestärkt, innovative Projekte umgesetzt, Messbarkeit und Transparenz der Entwicklung sichtbar gemacht sowie eine zukunftsorientierte Governance im Land vorangetrieben. Die Destinationsmanagement-Organisationen gestalten so aktiv die Transformation hin zu resilienten, nachhaltigen Strukturen.

Mögliche übertragbare Handlungsempfehlungen für andere österreichische Destinationen könnten sein:

- **Ganzheitlicher Ansatz:** Das Burgenland zeigt, dass Tourismusdestinationen als Lebensräume betrachtet werden sollten, in denen neben den Gästebedürfnissen auch die Anforderungen der gesamten Region, der Unternehmen, der Beschäftigten, der heimischen Bevölkerung und der Natur berücksichtigt werden.
- **Netzwerkbildung und Zusammenarbeit:** Es macht sichtbar, wie die sektorenübergreifende Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen verschiedenen Akteur:innen in der Region durch gemeinsame Projekte, Partnerschaften und den Austausch von Wissen und Ressourcen gefördert werden können.
- **Anpassungsfähigkeit und Resilienz:** Es unterstützt dabei, das touristische System anpassungsfähiger und resilienter zu machen, um besser auf Veränderungen, Chancen und Herausforderungen reagieren zu können.
- **Nachhaltigkeitsprozesse:** Es klärt auf, dass Nachhaltigkeitsprozesse, die mit der Zielsetzung der Zertifizierung unterstützt werden, das gesamte touristische System nachhaltiger gestalten und den Transformationsprozess in Richtung Lebensraumperspektive unterstützen.
- **Partizipation und Einbindung:** Es kann helfen, zu verstehen, wie die Bevölkerung aktiv in den Prozess eingebunden werden kann, um echte Partizipationsprozesse aufzusetzen und die Akzeptanz und Unterstützung für nachhaltige Maßnahmen zu erhöhen.



Tagender Nachhaltigkeitsrat Südburgenland, 2024

Diese Empfehlungen können auch anderen österreichischen Destinationen helfen, ihre touristische Ausrichtung zukunftsfähiger zu gestalten und nachhaltige, lebensraumorientierte Strategien zu entwickeln.

Das Burgenland zeigt dabei, wie Tourismus als Teil eines lebendigen, nachhaltigen Lebensraums gedacht und gestaltet werden kann – mit einem echten Mehrwert für alle Beteiligten!

Die Autor:innen laden auch andere Tourismusdestinationen ein, in die Lebensraumperspektiven einzutauchen und von erfolgreichen Beispielen zu lernen, eigene Pläne zu entwickeln, sich Ziele zu setzen und die Fortschritte zu überwachen. Die Autor:innen sind bereit, diesen Austausch zu unterstützen und gemeinsam mit diesen Destinationen eine nachhaltige Zukunft für den Tourismus zu gestalten.

5. Besonderer Dank gilt den vielen Beteiligten in diesem Prozess

- dem Landestourismusgeschäftsführer Didi Tunkel für seinen Mut, neue Wege zu gehen, Visionen zu teilen und für sein Vertrauen
- dem Nachhaltigkeitskernteam rund um Marion Hutter, Franziska Kasztler, Julia Hellwagner und Marlies Ebner – großartig ihre Expertise, das perfekte Teamwork und ihre Leidenschaft
- den Geschäftsführer:innen der Tourismus-Destinationen – allen voran Patrik Hierner und Brigitta Pelzer
- allen Teams und Mitarbeiter:innen der Tourismusverbände und des Burgenland Tourismus mit CMO Kurt Kaiser
- allen Nachhaltigkeitsräten in den Destinationen
- allen Betrieben und den vielen Akteuren, die sich so aktiv in den Nachhaltigkeitsprozess eingebracht haben
- allen Bürgermeister:innen & Gemeinden des gesamten Bundeslandes
- allen Naturparks, dem Nationalpark, sowie allen Leader-, KEM- und KLAR-Regionen, der Wirtschaftsagentur Burgenland, der Mobilitätszentrale Burgenland, der Energieberatung Burgenland, der Wein Burgenland, dem ÖZIV, dem UNESCO Weltkulturerbe
- dem Verein für Konsumenteninformation Otto Fichtl, Regina Preslmair und Barbara Dusek
- der TourCert-Familie
- dem Auditorenteam
- der Österreich Werbung und dem BWET Sektion Tourismus
- den Austauschpartnern aus anderen Destinationen Und den vielen anderen mehr!

GGC
AGENTUR FÜR
NACHHALTIGE
INNOVATION

Mag. Florian Größwang
Mag.^a Heidrun Gruber-Größwang
Telefon: 0664 5103700
E-Mail: office@ggc-group.cc
Web: www.ggc-group.cc