

Actionplan

Touristische Genossenschaft Alta Badia

1. Zweck des Dokuments	3
2. Budget.....	3
3. Makroziele des Aktionsplans	4
4. Actionplan in der Zukunft.....	6
Klimaauswirkungen und Verwundbarkeit des Reiseziels.....	6
CO2 Verbrauch.....	8

1. Zweck des Dokuments

Der Zweck dieses Actionplans besteht darin, **zukünftige Maßnahmen** zu verschiedenen Themen festzulegen. Dies soll uns helfen, konkrete Maßnahmen zu formulieren, die auch in Zukunft umgesetzt werden können. Dazu erstellen wir einen konkreten Plan und setzen auch Fristen. Das Dokument wird basierend auf verschiedenen Diskussionen, Meetings und Feedback vom Green Team, Mitarbeitern, Mitgliedern, Gästen usw. aktualisiert.

2. Budget

Nachhaltig zu sein bedeutet auch, konkrete Maßnahmen zur Erzielung von Ergebnissen umzusetzen.

Als Alta Badia sind wir bereits seit über 2 Jahren auf diesem Weg. Es wurden bereits Verantwortliche für Nachhaltigkeit eingeführt und es gab viele Veränderungen, auch in kleinen nachhaltigen Dingen, und in Zukunft sind weitere Aktivitäten in diese Richtung geplant. Es bleibt jedoch immer noch schwierig, ein detailliertes Budget abzuschätzen.

Im Jahr 2022 war die erste konkrete Maßnahme nach der Zertifizierung eine erhöhte Arbeitsbelastung für das Personal, und daher wurde eine neue Funktion zwischen SCTAB und ABB eingeführt, die dafür zuständig ist, alle Nachhaltigkeitsprojekte zu betreuen, die GSTC-Dokumentation regelmäßig zu überprüfen und nachhaltige Prinzipien in die täglichen Aktivitäten und Aufgaben einzuführen. Sowohl SCTAB als auch ABB haben die Position eines hauptberuflichen Nachhaltigkeitsmanagers eingeführt. In Bezug auf Zahlen wissen wir daher bereits nach diesem ersten Jahr, dass ein Mindestbudget von 50.000,00 € erforderlich ist, um die anfänglichen Kostensteigerungen aufgrund der Einstellung von Verantwortlichen zu bewältigen. Darüber hinaus wurden bedeutende Entscheidungen für die Herstellung von Werbematerialien auf Recyclingpapier (100%) für alle Druckerzeugnisse getroffen, die Budgets für lokale Vereine wurden erhöht, konkrete Initiativen wie das EGA-Projekt wurden aktiviert und es werden kostspielige Veranstaltungen und Konferenzen zur Nachhaltigkeit in Betracht gezogen. Wir können also davon ausgehen, dass in den kommenden Jahren das jährliche Budget für Projekte im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit zwischen SCTAB und ABB auf 75.000,00/100.000 € erhöht wird. Dies bezieht sich auf Projekte mit Aktivitäten und Kommunikationsmaßnahmen.

3. Makroziele des Aktionsplans

Management-Bereich:

Das Ziel ist es, die interne Struktur, die sich mit nachhaltigen Themen befasst, kontinuierlich zu stärken und die Zusammenarbeit und Synergien zwischen den Stakeholdern der Region zu fördern. ABB bringt bereits SCTAB, CIFAB und die beiden internationalen Veranstaltungen zusammen. Der Dialog mit den Gemeinden und Berufsverbänden ist konstant, um eine Strategie und konkrete nachhaltige Aktivitäten für die Zukunft festzulegen. Der Weg des Dialogs und gemeinsamer Initiativen, auch durch Arbeitsgruppen wie das "Green Team Alta Badia", ist der Kurs für die Zukunft.

Im vergangenen Jahr haben wir Workshops mit Brand Trust fortgesetzt, um den strategischen Plan für Alta Badia fortzuführen und auch externe Stakeholder (Gemeinden, Hotelverbände, lokale Vereine) in die Diskussionsgruppe einzubeziehen. Derzeit diskutieren und bewerten wir den Arbeitsplan und den unterstützenden Service, den wir mit der externen Agentur weiterführen möchten. Wie bereits erwähnt, sind Green Manager sowohl bei ABB als auch bei SCTAB in Vollzeit tätig (mit zusätzlichen Aufgaben). Darüber hinaus wurde eine interne Task Force eingerichtet, um betroffene Unterkünfte auf dem Weg zur GSTC-Zertifizierung zu unterstützen. Das Ziel ist es, sowohl die interne Struktur als auch die externen Beziehungen zunehmend zu festigen und auf einen gemeinsamen nachhaltigen Weg auszurichten.

Sozioökonomischer Bereich:

Wir möchten die Bevölkerung immer stärker in die Visionen und Strategien des Gebiets einbeziehen, insbesondere die jüngere Generation, durch Praktikumsprogramme und Beteiligung an Entscheidungsprozessen auf allen Ebenen. Gemeinsam mit anderen Stakeholdern besteht der Wunsch, zugängliche Infrastrukturen und Programme für alle Bevölkerungsgruppen zu schaffen.

Einer der Eckpfeiler des Gebiets ist schon immer die Inklusion, Gastfreundschaft und Wertschätzung eines jeden Einzelnen gewesen.

Der strategische Plan, wie bereits im Management-Bereich beschrieben, hat das übergeordnete Ziel, die Visionen und Strategien auf alle externen Stakeholder auszudehnen. Im letzten Jahr haben wir auch eine Zusammenarbeit mit der lokalen Hochschule begonnen, bei der wir ein Begleitungsprojekt entwickelt haben, das in 10 Modulen für das gesamte zweite Semester für die vierte Klasse durchgeführt wurde, mit ausgezeichneten Ergebnissen und der Überzeugung, dass wir auch in den kommenden Jahren weitermachen werden. Im Rahmen des Projekts trafen die Schülerinnen und Schüler auf touristische Dienstleister und andere, um die Dynamik ihrer Arbeit zu verstehen und sich auf zukünftige Entscheidungen vorzubereiten.

Ein weiteres wichtiges Projekt betrifft die Produktion einer Serie von Werbevideos, die den örtlichen gemeinnützigen Vereinen gewidmet sind, darunter die Feuerwehr, die Musikkapelle und die "Patrones" als höchsten Ausdruck der lokalen Zusammenarbeit und Unterstützung. Mit diesen Videos möchten wir ihnen die ihnen gebührende Wertschätzung entgegenbringen.

Kultur:

Die ladinische Kultur ist der wertvollste Aspekt unseres Gebiets. Es handelt sich um einen angeborenen Wert, eine Quelle des Stolzes und der Zugehörigkeit, die in allen Bewohnern des Tals präsent ist und besonders bei jungen Menschen immer wichtiger wird. Maßnahmen zur Unterstützung und zum Schutz der Sprache und Kultur sind seit Jahren ein Eckpfeiler der politischen, touristischen und sozialen Strategie. Das Ziel ist es, dieses Erbe kontinuierlich zu stärken und zu würdigen.

In letzter Zeit haben wir versucht, die kulturellen Aktivitäten vor Ort nach unseren Möglichkeiten zu unterstützen, insbesondere das Musical "Ojöp da Oies" ist ein Beispiel dafür. Das Ladinische ist auch in allen Kommunikationskampagnen des Gebiets präsent, ebenso wie in nahezu allen Veranstaltungen und Aktivitäten für Gäste. Unter den 5 Werten der Marke ist dies zweifellos der wichtigste.

Ökologische Nachhaltigkeit:

Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass wir Hüter eines fragilen Gebiets sind, das jährlich von zahlreichen Menschen aus der ganzen Welt besucht wird. Das Ziel ist es, sowohl die Einheimischen als auch die Besucher für einen nachhaltigen Ansatz zu sensibilisieren und sich der Probleme bewusst zu machen, die mit einer so sensiblen Umgebung verbunden sind. Mit eigenen Initiativen und in Zusammenarbeit mit den Institutionen besteht der Wunsch, Projekte und Infrastrukturen zu schaffen, um die Auswirkungen von touristischen und anderen Aktivitäten auf das Gebiet zu reduzieren.

Das erste konkrete Projekt, das wir gemeinsam mit allen Stakeholdern prüfen, ist die Einrichtung eines internen Mobilitätsbüros. Das Ziel besteht darin, ein kompetentes Büro zu schaffen, das sich mit allen Fragen der Mobilität im Gebiet befasst, sowie die Entwicklung konkreter Projekte und Maßnahmen, die dazu beitragen, vor allem zu bestimmten Zeiten im Jahr den starken Verkehr zu verbessern.

In diesem Zusammenhang ist auch der strategische und operative Supportplan für Unterkünfte im Hinblick auf die GSTC-Zertifizierung zu erwähnen, sowie das EGA-Projekt, das darauf abzielt, das Bewusstsein zu schärfen und die Wertschätzung von Quellwasser zu fördern.

Gemeinsam mit Etifor wird auch versucht, neue Waldgebiete zu schaffen und zu pflegen, und es gibt kontinuierliche Gespräche mit relevanten Organisationen, um das Forstproblem anzugehen. In diesem Bereich ist auch eine wöchentliche Exkursion für Gäste geplant, um sie über das Thema zu informieren.

4. Actionplan in der Zukunft

Klimaauswirkungen und Verwundbarkeit des Reiseziels

Ziel	Das Reiseziel Alta Badia muss sich der mit dem Klimawandel verbundenen Risiken bewusst sein. Es muss verstehen, welche Fragen das Reiseziel besonders betreffen können und wie es diese Art von Problemen begegnen kann. Das Reiseziel muss Nachhaltigkeitsthemen unbedingt in seine Strategie aufnehmen und entsprechend handeln.
Aktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibilisierung der Stakeholder (Projekt Brandtrust 2030) 2. Sensibilisierung der Gäste für Nachhaltigkeitsthemen 3. Ausweitung von nachhaltigen Projekten (ETIFOR) und Produkten 4. Innovationsgeist der nächsten Generationen in Bezug auf Nachhaltigkeit 5. Verringerung des Risikos für Schutzwälder (z. B. Vaia) mit Initiativen wie WOWNature 6. Alta Badia Climate Positive 7. EGA-Projekt 8. Projekt- und Infrastrukturpläne in Zusammenarbeit mit der Provinz und den Gemeinden bis 2030
Deadline	Bis 2030
Konkretes Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation von Workshops mit den 3 Gemeinden und Etifor für städtische Aufforstungsprojekte • Teilnahme an einem Interreg-Projekt mit mehreren Reisezielen mit Schwerpunkt auf Nachhaltigkeitsthemen

Förderung der Ausbildung im Tourismus

Ziel	Die Mitarbeiter im gesamten Gebiet müssen über nachhaltige Themen und Projekte informiert sein, insbesondere im Zusammenhang mit der GSTC-Zertifizierung, und diese Informationen insbesondere an Gäste, Interessengruppen und Einheimische weitergeben.
Aktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organisation von internen Qualifizierungsprogrammen im Bereich Nachhaltigkeit 2. Online- und Präsenzs Schulungen zu spezifischen Umweltthemen 3. Teilnahme an Schulungen, die von anderen Einrichtungen (IDM, HG...) organisiert werden. 4. Projekte zur Unterstützung von Einrichtungen (GSTC)
Deadline	Bis 2024
Konkretes Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Jeder neue Mitarbeiter ist verpflichtet, am GSTC-Kurs teilzunehmen. • Ziel ist es, 10 Einrichtungen mit GSTC-Zertifizierung zu erreichen.

Energieverschwendung reduzieren

Ziel	Das Reiseziel Alta Badia muss sich der Menge an Energie bewusst sein, die für interne und externe Prozesse benötigt wird, um den Stromverbrauch zu optimieren.
Aktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maßnahmen zur Energieeinsparung müssen definiert und in das gesamte Unternehmen integriert werden. 2. Strom sparen durch kleine Gesten, die allen Mitarbeitern kommuniziert werden, wie z.B. den <ul style="list-style-type: none"> - Computer ausschalten, wenn er nicht benötigt wird - Tageslicht nutzen, wenn möglich - usw. 3. Sensibilisierung von Mitgliedern und Partnern, dasselbe zu tun und Unterstützung anzubieten. 4. Bewertung und Überwachung des erforderlichen Verbrauchs für alle Veranstaltungen und Aktivitäten in den verschiedenen Jahreszeiten
Deadline	Bis 2024

Konkretes Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Detaillierte Messung des Energieverbrauchs der CTAB- und ABB-Einrichtungen. • Jährliche Durchführung von mindestens 5 Veranstaltungen, die vollständig "energetisch frei" sind.
---------------------------	--

Wasserverbrauch reduzieren

Ziel	Die Tourismusgenossenschaft muss Maßnahmen ergreifen, um eine kontinuierliche Reduzierung des Wasserverbrauchs in ihrem Betrieb zu erreichen. Konkrete Maßnahmen müssen definiert und allen Mitarbeitern kommuniziert werden. Die angeschlossenen Unternehmen müssen einbezogen und informiert werden, wenn wichtige Aktivitäten oder Verfahren umgesetzt werden.
Aktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eine Wasserprüfung für das Unternehmen durchführen: Online-Tools wie https://www.co2online.de/energie-sparen/heizenergie-sparen/warmwasser/wasser-sparen-kaltwasser/ 2. Die angeschlossenen Unternehmen auffordern, dasselbe zu tun. 3. Eine Regenwasseranlage für die Bewässerung von Pflanzen zur Verbesserung des Ortsbildes einrichten. 4. Initiativen entwickeln, um die Stakeholder über den Wasserverbrauch zu informieren und zu sensibilisieren (z.B. EGA-Projekt)
Deadline	Bis 2024
Konkretes Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Wir streben an, mindestens 30 teilnehmende Einrichtungen für das EGA-Projekt zu gewinnen. • Die Entwicklung einer Aktivität (Exkursion), die darauf abzielt, die Verwendung von Quellwasser bewusst zu machen.

CO2 Verbrauch

Ziel	ABB und SCTAB müssen kontinuierlich Daten über die Emissionsquellen ihrer Aktivitäten sammeln und überwachen. Diese Informationen müssen auch an die Partnerunternehmen kommuniziert werden. Das Unternehmen selbst kann nachhaltige Produkte und Geschäftsmodelle entwickeln, sowie entsprechende Konzepte für die Rücknahme und Entsorgung der Produkte.
-------------	--

Aktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zusammenarbeit mit ETIFOR: <ul style="list-style-type: none"> - Berechnung der CO2-Emissionen für die gesamte Destination - Berechnung der CO2-Emissionen für die Partnerunternehmen 2. Entwicklung neuer Veranstaltungen mit dem Schwerpunkt auf CO2-Emissionen 3. Förderung von Fahrradveranstaltungen zur Vermeidung von Autos und anderen Transportmitteln 4. Alta Badia wird grün 5. Entwicklung eines internen Green Codes für Veranstaltungen 6. Regelmäßige Überprüfung des erreichten Status quo
Deadline	Bis 2030
Konkretes Vorgehen	<ul style="list-style-type: none"> • Mindestens 50% der geplanten Veranstaltungen klimaneutral gestalten.

Lichtverschmutzung vermeiden

Ziel	Das Ziel besteht darin, sowohl die innere als auch die äußere Lichtverschmutzung zu reduzieren. Hierfür muss das Unternehmen klare Maßnahmen festlegen und diese kommunizieren.
Aktion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Erstellung einer Richtlinie für die Verwendung und Reduzierung von Lichtverschmutzung für ABB und SCTAB sowie für die angeschlossenen Unternehmen. 2. Förderung kleiner Maßnahmen zur Reduzierung von Lichtverschmutzung im Alltag. 3. Verwendung energieeffizienter Beleuchtungsmethoden wie LED-Lampen und ähnliches. 4. Entwicklung eines Aktionsplans für Veranstaltungen und Aktivitäten in allen Jahreszeiten.
Deadline	Bis 2024
Konkretes Vorgehen	Basierend auf der Verbrauchstabelle der Weihnachtsdekoration streben wir eine Reduzierung des Energieverbrauchs um etwa 5% an.

Unterstützung der lokalen Kultur

Ziel	Das Ziel besteht darin, alle kulturellen Aktivitäten vor Ort, die mit der Ladinischen Sprache oder den lokalen Traditionen verbunden sind, zu unterstützen und zu fördern. Diese Unterstützung kann finanzieller Natur sein, in Form von organisatorischer Zusammenarbeit sowie in Bezug auf Kommunikation und Wertschätzung.
Aktion	<ol style="list-style-type: none">1. Einen jährlichen Budgetplan für finanzielle Unterstützung vorsehen.2. Förderung neuer Initiativen in Zusammenarbeit mit lokalen Vereinen.3. Einbindung der Vereine in touristische Veranstaltungen oder in die Organisation des Tourismus im Laufe des Jahres.4. Kommunikation der Ladiner-Kultur durch gezielte Kommunikationskampagnen auf offiziellen Kanälen und Plattformen.
Deadline	Bis 2024
Konkretes Vorgehen	<ul style="list-style-type: none">• Bestätigung des Budgets von 100.000 Euro mit dem Ziel einer Steigerung um 5%