Sustainability Program Tourism South Tyrol

13.05.2025

Hannes Waldmüller





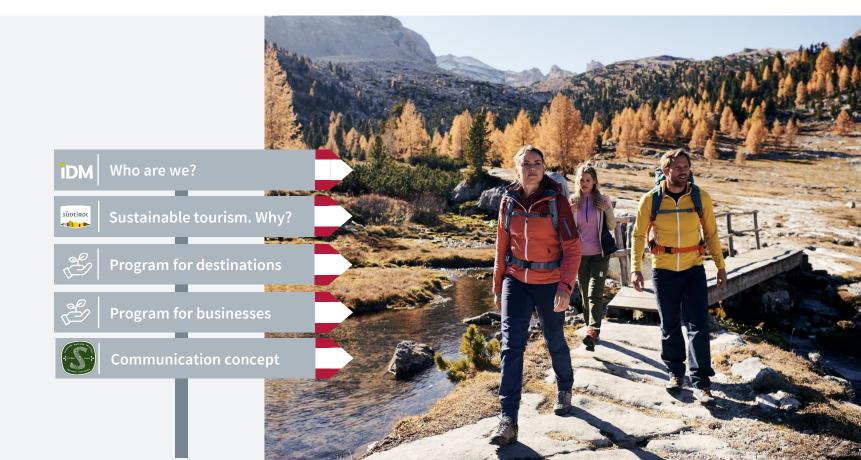
Who's the guy talking to you?





What awaits you today





Innovators. Developers. Marketers. Our departments.







"South Tyrol, the most desirable mt sustainable habitat in Europe.

Our Vision

IDM South Tyrol



Innovation. Development. Marketing.



VISION

South Tyrol, the most desirable sustainable habitat in Europe.

MISSION

IDM is an impulse giver and driving force for the sustainable economic development of South Tyrol.

Brand Communication

Sector Development

Market Development

IDM - Core topics





Brand South Tyrol

Development of an international premium regional brand and positioning of South Tyrol as an innovative and sustainable economic region.



Sustainability

Sustainability in the sense of ecological, social and economic development of South Tyrol as a living space.



Digitalization

Driving digital transformation and building a digital ecosystem with customer acquisition and support.



Business Development

Holistic business development and innovation of sectors and companies along the entire value chain and strengthening of market position/differentiation.



Internationalisation

Increase in exports and internationalization of businesses and penetration of South Tyrolean products and services in core markets and emerging markets.

Destination Management – Governance



70 tourist associations in South Tyrol take care of the local tourist offer in the interest of their members.



Maintenance of trails & landscape

Local mobility (e.g. ski bus) &



Member coaching sustainability etc.)

Product development & local events Communication & information for guests and locals

Tourism associations with similar landscapes, travel themes and target groups can be clustered into experience areas and marketed together.

guest card

1 Val Venosta 2 Merano and surroundings 3 Bolzano and surroundings Bressanone and surroundings

Val d'Ega 6 Alpe di Siusi Val Gardena Alta Badia Plan de Corones 10 Three Peaks Dolomites

The experience areas in the west, middle and east of South Tyrol are managed by employees from a division in IDM called **Destination**.



Strategic development (partner marketing)



Product development for 6 travel themes

• Overarching projects

(digitaliz., sustainab. etc.)



Why do you think did we start approaching sustainability in tourism?



We became a bit too popular (in certain periods)





Sabine Zimmermann hat Südtirol ITs Beitrag kom... 🝈 🏳 🗸

(Juli 11, 2023

So sehr, wie leider viele Südtiroler derzeit gegen Touristen

oder Dauergast

KK (+) Tags hinzufügen

wettern, wünsch ich mir, willkommen zu sein - egal ob Urlauber

GASTKOMMENTAR - Dort wohnen, wo andere Urlaub machen - der bekannte immer nur im positiven Sinne zu verstehen. Allzu oft bleiben die <mark>Ber</mark> Tourismusdestination gefühl<mark>t auf der Strecke. W</mark>as zu ändern w<mark>äre.</mark> von Südtiroler Wirtschaftszeitung – 13. Oktober 2023 in Fokus, Südtirol Lesezeit: 3 mins rev

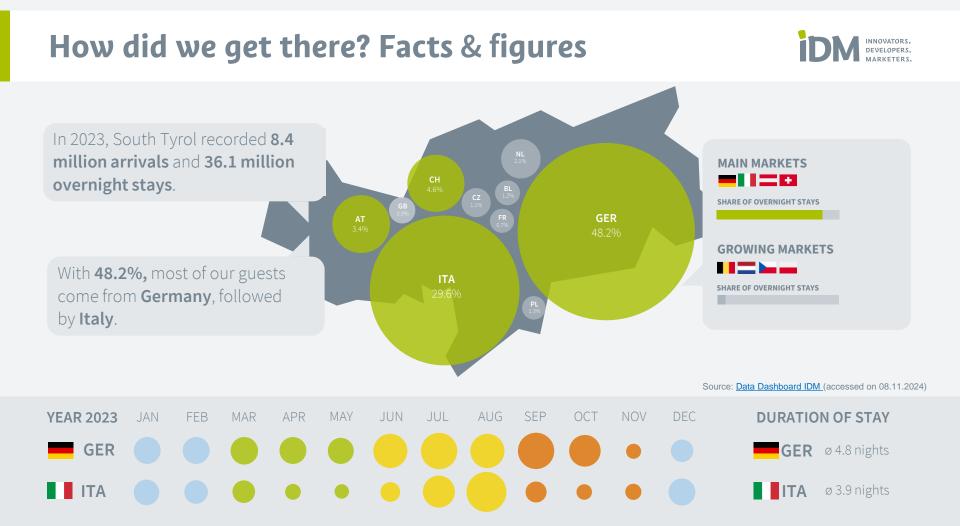


Urlaub bei Genervten

Millionen Gästenächtigungen, schon wieder ein Rekord! Südtirols ussten in diesen Tagen einmal mehr ihr Tun verteidigen. Dabei sagt die nackte lbe Wahrheit. Erkenntnisreicher ist der Blick ins Detail. Wie wächst der

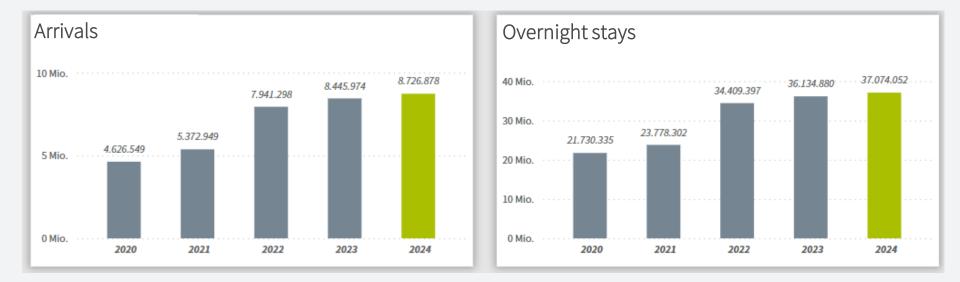
Tiroler25 Supernedner 2 Monate 20 Tiroler26 Die einheimischen zahlen einen hohen Preis für das überrennen unserer Die einheimischen zahlen einen hohen Preis für das überrennen unserer Image: State of the state of	nΑ
Antworten verbergen Mitz King 2 Monate 20 Tag Bald gibts Demostrationen, gegen den Massentourismus, ich bin dabei !	
Antworten verbergen Bilitz King 2 Monate 20 Tag Bald gibts Demostrationen, gegen den Massentourismus, ich bin dabei I	
2 Monate 20 Tag Bald gibts Demostrationen, gegen den Massentourismus, Ich bin dabei I	ge
Baid gibts Demostrationen, gegen den Massentourismus, ich bin dabei !	ge
47 49 1 20	
So ist das Kinig	
2 Monate 20 Tage Das ist dem Tourismussektor egal, Hauptsache die Kassen klingeln. Die Überschrift ist eher Panikmache Die O	ŧ
20 af 1 ap 202	
n. In letzter Zeit werden wir Liebhaber vom schönen Südtirol	
It. Die Einheimischen hätten endgültig "die Schnauze voll" von für all die hohen Preise, hohe Parkgebühren, Überfüllung der	
n wären. Ganz ehrlich?? Wir bereuen es, dieses Jahr bereits das ile "Südtirol Gruppen" verlassen, da ich nicht weiter beschimpft	
zter Urlaub bei Euch sein. Schade. 🙄 🙄 🚥 🚥	
(==) Aug. 26, 18:20	
	~
III hat Südtirol ITs Beitrag kommentiert	P.
enuto per quasi trent'anni, ma alcune zone sono diventate invivibili e affollate. I plo l'espressione più evidente.	ų.

ufügen



How did we get there? Facts & figures





Source: IDM (2025):

https://app.powerbi.com/view?r=eyJrljoiYmM3MGU2M2EtZjRjMy000TViLWEyZmYtM2Yy0TA5YjhjNTQyliwidCl6ljU1ZDYwNzFmLWE1YjktNDNjYS1iZWYwLWI5MTkxMzE3ZjZiYiIsImMi0jh9&pageName=ReportSection544e3b11836e33e0a10e

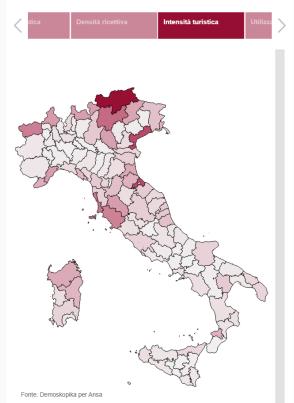
Highest Tourism Intensity in the Alps





Back in 2017 we had slightly more overnight stays per year as the whole of Ireland!

Highest Tourism Intensity in Italy (more than Venice!) **IDM INNUATORS. IDM INNUATORS. IDM INNUATORS.**

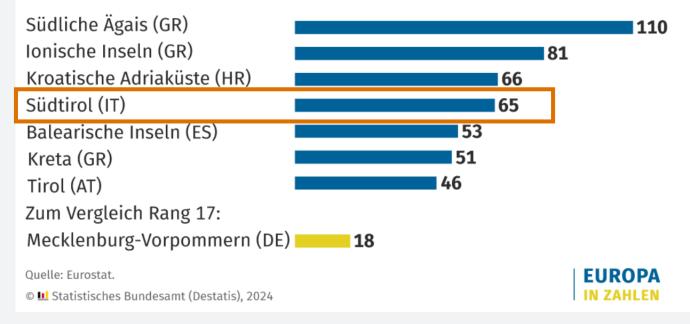


Intensită turistica (IT) = Presenze turistiche / Popolazione sesidente Descrizione. Offre una misura dell'impatto relativo del turgismo sulla vita quotidiana dei residenti. Valori alti possono indicare un forte impatto del turismo sulla comunità locale, con possibili tensioni sociali e infrastrutturali



Touristenandrang: Meistbesuchte EU-Regionen

Übernachtungen je Einwohner/-in 2022

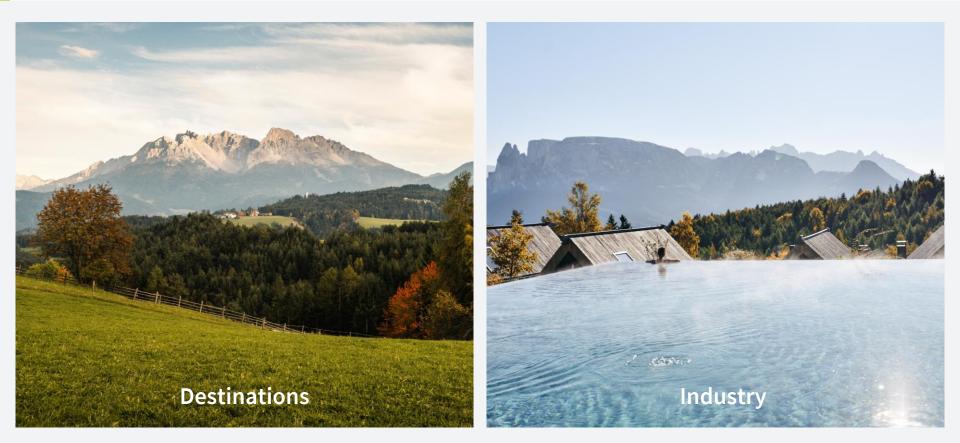


How do we approach sustainability in tourism?



Sustainability Program: Destinations & Industry





Global Sustainable Tourism Council





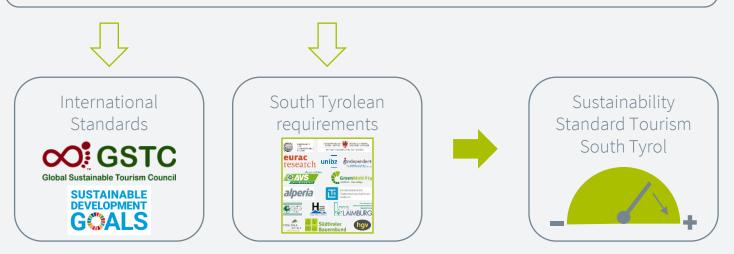


The Global Sustainable Tourism Council[®] (GSTC) establishes and manages global standards for sustainable travel and tourism, known as the GSTC Criteria.

Sustainability Standard Tourism South Tyrol



Based on the criteria of the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) and with input from various stakeholders, SDG-based criteria & indicators were defined that allow for a measurement of the sustainability of tourism in South Tyrol



GSTC Criteria



The GSTC Criteria serve as the global standards for sustainability in travel and tourism. The Criteria are used for education and awareness-raising, policy-making for businesses and government agencies and other organization types, measurement and evaluation, and as a basis for certification.

GSTC Criteria							
Destination Criteria	Industry	Criteria					
	Indicators for Hotels	Indicators for Tour Operators					

Destination Criteria - Structure





C: Culture



B: Socio-Economics

D: Ecolog



Destination Criteria & Indicators



Section A: Sustainable management

Sets the basis for a sustainable management of the destination :

- 11 Criteria
- 22 Indicators

Section C: Cultural sustainability

Protecting culture and making it accessible to locals and tourists:

- 7 Criteria
- 9 Indicators

Section B: Socio-economic sustainability

Tourism is accessible for all and other industries can benefit from tourism :

- 8 Criteria
- 20 Indicators

Section D: Environmental sustainability

Reducing the environmental impact of tourism :

- 12 Criteria
- 36 Indicators

The Sustainability Label South Tyrol





3 Levels





Criteria for tourism organizations

	 D.1 Protection of sensitive environments D.6 Water stewardship D.12 Light and noise pollution C.4 Traditional access C.6 Visitor management at cultural sites B.4 Support for community D.2 Visitor management at natural sites D.10 GHG emissions and climate change mitigation C.3 Intangible heritage B.8 Access for all A.5 Resident engagement and feedback A.6 Visitor engagement and feedback A.7 Promotion and information D.3 Wildlife interaction D.4 Species exploitation and animal welfare D.5 Energy conservation D.7 Water quality D.8 Wastewater D.9 Solid waste D.11 Low-impact transportation C.1 Protection of cultural assets C.2 Cultural artefacts C.5 Intellectual property C.7 Site interpretation B.1 Measuring the economic contribution of tourism B.2 Decent work and career opportunities B.3 Supporting local entrepreneurs and fair trade B.5 Preventing exploitation and discrimination B.6 Property and user rights B.7 Safety and security A.1 Destination management responsibility A.2 Destination management strategy and action plan A Monitoring and reporting A.4 Enterprise engagement and sustainability standards A.8 Managing visitor volumes and activities A.9 Planning regulations and development control A.10 Climate change adaptation
	A.11 Risk and crisis management

Level 3





Level 1

Level 2

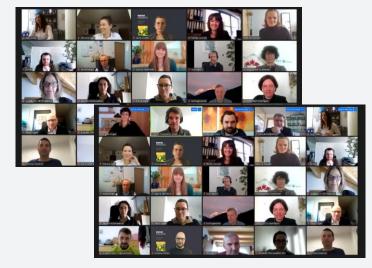
Sustainability Programme Tourism – Added Value for the Destinations





Exchange – Building a community





- Regular exchange on sustainability topics at destination level
- Showcasing of good practices in South Tyrol
- Inspiration by external speakers

TourisMUT.com - Community webinars





TUM KALENDER HINZUFÜGEN

C KONTAKT ZUM VERANSTALTER

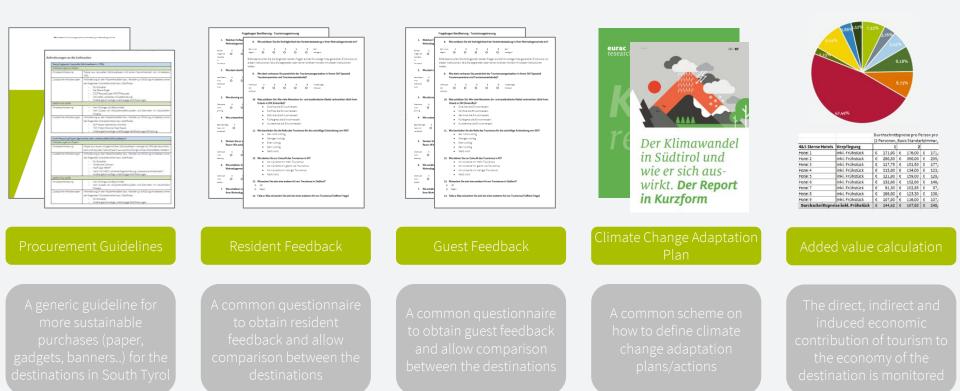
Nachhältigkeit bedeutet mehr als Umweltbewusstsein – sie schließt auch soziales Engagement und Barrierefreiheit mit ein. Im TourisMUT-. Webinar erzfählen dir Expertinnen und Experten auf diesem Gebiet, mit welchen Maßnahmen du heute schon für eine inklusivere Gesellschaft beitragen kann. Als Betrieb erfählt du, wie du Verannvortung übernehmen und deine Wettbewerbsfähigkeit stärken kannst. Als Destination bekommst du wertvolle Einblicke, um deine Mitgliedsbetriebe besser zu beraten und zu coachen.

Freue dich von diesen drei Expert:innen zu hören, wie Tourismus für alle zugänglich wird:

- Gabriel von Toggenburg (Haus Himmelfahrt, Ritten) Tradition, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit in Einklang bringen
- Tjaša Intihar (Youth Hostel Ars Viva, Slowenien) Inklusion als nachhaltiges Konzept (Vortrag auf Englisch)
- Hans-Peter Schraffl (<u>Monorolly</u>) Barrierefreiheit als Chance f
 ür den Tourismus inkl. Best-Practice-Beispielen.

Pilot projects – developing good practices





Something extra: a practical guideline for sustainable gardening in tourism and hospitality







Do we need a break?

ichangeMaker! - a tool for destinations



🖕 🗸 Audit > Participat	ion > Detail											Z
C CONTENT	1 INTRO	EINWILLIGUNG	(S) DEST-DATEN	() MANAGEMENT	() Sozio-ökonomie	() KULTUR	() ÖKOLOGIE	D STATUS	⊘ ANTRAGSPRÜFUNG	Ø AUDIT M	Ø AUDIT S	
Nachhaltigkeitslabe						GRIAN TIA	NNI .					
egende Dokumente tungskriterien		GRIAN TIAN! Willkommen im ¡changeMaker! für das Nachhaltigkeitslabel Südtirol für Destinationen.										
che Tipps	ermöglicht es euch, Inha	lte zur Zertifizierung abzule							hangeMaker! ein Tool zur Verl nd Inspiration liefern und eucl			
ung des ¡changeMa 🔹 🔨	verstenen und zu erfüher	verstehen und zu erfüllen. Wir wünschen euch gute Arbeit und viel Erfolg!										
enger und Online-Hi en und Bearbeitungs					Eu	er IDM - Nachhaltig	keitsteam					
chern												
flichtende Eingaben	Allgemeine Infor	mationen zum Na	chhaltigkeitspro	gramm Südtirol								
ad-Funktion	v 1 Das Na	achhaltigkeits	label Südtiro	l – die drei L	evel und ihre k	riterien						
scher Support	0.0		and a film of a		1	_						
	v 2 Grundi	egende Dokur	nente fur da	s Nachnaitig	jkeitsprogramr	n						
	 3 Bewert 	tungskriterien										
iDM	← B SPEIC	HERN SURÜCKSE	ETZEN									

Certification process A White Label Approach

INNOVATORS. DEVELOPERS. MARKETERS.

- Prerequisites for an "individual" certificate

GSTC-Recognized Standard

A sustainable tourism standard that adheres to and is equivalent to the GSTC Criteria



GSTC Accredited Certification Body An organization that awards certification according to processes that comply with international standards and good practices



• Two of the three GSTCaccredited Certification Bodies Offers framework to support certification process

«Sustainability Label South Tyrol»



me fighthouse projects and examples

SÜDTIROL

Respect the mountain – Seiser Alm

https://www.seiseralm.it/en/holiday-dolomites/dolomites/respect-the-mountain.html

Tourism & Agriculture – it's a win-win situation



1. Sensibilization

Perception of mutual needs between landlords & innkeepers

- > Best Practices on tourisMUT.com
- > Study trip "Zu Gast bei Pionieren"

2. Education

Training modules in agricultural & hotel management schools

3. Supply & demand

Strengthening regional cycles & direct marketing

4. The future of South Tyrolean cuisine

Sustainable and holistic program for the gastronomy & hotel industry

5. Recreational use of forest roads and alpine paths







SÜDTIROL

Das Naturhotel Rainer

BiodiverCITY – Meran/Merano



Südtirol Guest Pass

südtirol

And for accomodation businesses?





Stufenmodell für Betriebe bis 9 Mitarbeiter:Innen¹



Level 1



Level 2



Level 3

pe 1-3)⁷

den

ukte²

Erklärung zur Betriebsgröße			
HGV/Terra Assessment inkl. 2 festgelegter Maßnahmen ³	System von Level 1 + Treibhausgasbilanz (Scope 1+2) ⁴ inkl. 1 festgelegten Maßnahme ³ + Eigenerklärung über den Einkauf regionaler Produkte ²		
Good Travel Seal Level 2 inkl. 2 festgelegter Maßnahmen ³	Earth Check Bronze Benchmarked + Treibhausgasbilanz (Scope 1+2) ⁴ inkl. 1 festgelegten Maßnahme ² + Eigenerklärung über den Einkauf regionaler Produkte ²	GSTC	
Tour Cert Qualified inkl. 2 festgelegter Maßnahmen ³		ocar oder ankerkannte Zertifikal † Treibhausgasbilanz (Scop + Eigenerklärung über d	
weitere gleichwertige Assessments, welche dem GSTC Standard entsprechen inkl. 2 festgelegter Maßnahmen ³	Eco Camping + Treibhausgasbilanz (Scope 1+2) ⁴ inkl. 1 festgelegta + Eigenerklärung über den Einkauf regionaler Produkte ²	Einkauf regionaler Produ	

 Laut EU-Verordnung Nr. 651/2014. Diese Voraussetzungen gelten für Beherbergungs- und/oder Gastronomiebetriebe mit dem Rechtsitz in Südtirol sowie einem Handelsregistereintrag. Als Berechnungsgrundlage gilt die Mitarbeiterzahl (in Volizeitäquivalenten) des vorhergehenden Geschäftsjahres.

2. Eigenerklärung über den Einkauf regionaler Produkte: die Verfügbarkeit folgender Südtiroler Produkte in den Betrieben ist verpflichtend: Frischmilch zu 100%, Butter zu 100%, Joghurt zu 100%, Äpfel zu 100%, Apfelsaft zu 100%, Wein (vordergründig auf der Speisekarte). Frischmilch: in Südtirol produzierte Frischmilch mit den Eigenmarken der Südtiroler Milchhöfe und der Direktvermarkter. Butter: in Südtirol produzierte Butter mit den Eigenmarken der Südtiroler Milchhöfe und der Direktvermarkter. Joghurt: in Südtirol produziertes Joghurt mit den Eigenmarken der Südtiroler Milchhöfe und der Direktvermarkter. Äpfel: Äpfel, die in Südtirol geerntet wurden. Apfelsaft: Apfeldirektsaft der in Südtirol hergestellt wurde, aus Äpfeln, welche in Südtirol sonnenreif geerntet wurden. Wein: Südtirol ist die in der ausgewiesenen Weinkarte, zahlenmäßig am stärksten vertretene Region. Die Verfügbarkeit der Produkte muss dabei in allen Betriebsbereichen gewährleistet sein.

3. Nach Einreichen des Assessments mit dem dazugehörigen Maßnahmenplan hat der Betrieb ein Jahr lang Zeit, die Maßnahmen umzusetzen. Bei Unterkunftsbetrieben mit Verpflegungsangebot sowie Gastronomiebetrieben besteht eine der belden Maßnahmen im Einkauf regionaler Produkte, siehe Fußnote 2. Die Umsetzung der Maßnahmen wird von einer unabhängigen Stelle geprüft.

4. Die Treibhausgasbilanzierung erfolgt j\u00e4hrnlich. Dabei werden folgende Tools empfohlen: Climate Partner, Okoinstitut Carbon Footprint, Terra Foot Print powered by Earth Check, Ecocockpit, HCMI, My Climate, GHG Calculator S\u00fcdtiol powered by Agentur f\u00fcr Energie – KlimaHaus oder analoge Rechner, welche dem GHG Protokoll oder der ISO 1a064 entsprechen.

 Nach Einreichen der Treibhausgasbilanz mit dem dazugehörigen Maßnahmenplan hat der Betrieb ein Jahr lang Zeit, die Maßnahme umzusetzen. Diese wird von einer unabhängigen Stelle geprüft.

6. EarthCheck Certified, Tour Cert Certified, Gemeinwohl Ökonomie, Green Sign, Good Travel Seal Certified.

7. Die Treibhausgasbilanzierung erfolgt grundsätzlich jährlich. Bei folgenden Zertifizierungen muss zusätzlich eine Treibhausgasbilanz eingereicht werden, die nach GHG Protokoll oder ISO 14064 erarbeitet wird: GSTC, Good Travel Seal Certified, Gemeinwohl Ökonomie, Green Sign Basic, EU Ecolabel Tourist Accomodation/Camping, ISO 14001 Umweltmanagementsystem, ISO 21401 Nachhaltigkeitsmanagementsystem, Eco Camping, Im Scope 3 sind die Mindestanforderungen dabei die Erhebung des Wassers, Abfalls sowie des Restmülls. Geeignete Tools für die Datenerfassung sind: ClimatePartner, Terra Fooprint powered by EarthCheck, Ökoinstitut Carbon Footprint, GHG Calculator Südtirol powered by Agentur für Energie -Klimathaus oder Weitere, die dem GHG Protokoll oder der ISO 14064 entsprechen.



If an accomodation business offers food & beverages they have to use the defined South Tyrolean products.

South Tyrolean products



Mandatory on all 3 levels if food & beverages are served

100% fresh milk	100% butter	100% yoghurt
100% apples	100% apple juice	wine most represented region on the wine list

Communication concept





Campaigns - Synergy of the sectors



INNOVATION



INNOVATIONEN

Ideen aus Südtirol verwandeln den Naturbaustoff Holz in spektakuläre Architektur mit höchsten Ansprüchen an Ästhetik und Komfort.

FÜRS LEBEN.

ei trifft technische Expertise auf einen behutsamen Umgan mit den Ressourcen unseres Lebensraumes. Denn wirklich gut ist es erst, wenn es gut für alle ist.

Das ist unser Antrieb.

SÜDTIROL

DESTINATION



AGRICULTURE



Aus unserem Land, mit Liebe gemacht; jedes Produkt mit dem Qualitätszeichen Südtirol wird garantiert in unserem Land erzeugt – mit viel Hingabe, Sorgfalt und Können. Bauern und Hersteller bürgen mit ihrem Namen für jedes dieser Produkte: ein Versprechen für Hochgenuss und gesicherte Qualität.

Wähle Qualität aus Südtirol.

Brand campaign Innovation 2024 (1)





Brand campaign Innovation 2024 (2)





Stabilities and day Readschotomy as Alimeter Soudachiller David des David

klart Ania Thurik, Leiterin Marketing bei von Holz konsten in Vergleich zu konven

nine uniferren heit alt.e

Rubner, ain Femilienhetrish

indeen sidd, ist mit seinen

ge Ideen zu entwicheln und si

Klima, für das Laben der Ge

and Names air stars Roths

Es haut sich mes susammen in der HafenCity Hamburg. Mit einer Höhe van 72 Metern entsteht hier derzeit der hänhate Habbau Deutschlande, der hänhate Habbau Deutschlande, der -Roata-, Viele Untersahmen und daran +Die werkzeitig vorgefertigten Wardele baude als Musterbeispiel der Nachhaltig setelligt und mit Rubner en vurderster Front such sizes any Sufficel, Dis card- size Elache and 16,200 Quadraturaters

Anzeige

italiesische Region ist bekannt für eine enneme Fanerties in den Bereichen Tischlerhand werk, Baugewerbe, Gebäude technik, aber auch Agritech und Greentesh.

allai dam Projakt Basta sind des Unternahman tätin Wir sind an in einer sehr frühen Dro

jektphase in der Ausführung and kooptruktive Reelizierung verent

mehr als 5,500 klean, Holzie a. Barth, Leneco, LignoAl warflich, Eine zentzele Hereadischerung war die Schestellung der strukturellen Kubilmeter Bettsperchek und 820 Ku-ternehmen aus Sichter genannt werden

suf Langlauf- und Abfahrtspisten sorgt.

Dr. Schär, welches als globaler Marksfüh-

ielen Menschen im D.A.CH.Raum, aber

h danüber hinaus eine abwechslung

en WorldSkille ausgezeichnet wird - die ion ist branchenmäßig bereits breit

ufgestellt, Tenderz steigend. Auffällig Is treibender Motor ist schließlich de

dervit nicht nur sich selbst etwas bewe

kinnen unsdern um ellem muh einen um

der Gesellschaft leisten wollen. Das Bauer mit Holr ist dabei beispielhaft, schafft das

Material duch in tedays Wohnham, index

Büro, jeder Leperhalle ein gesundes Klima

suprigor

and the links line and

ovationsstärke der Unternahmen, die

a Handwark, das regelmäßig be

er bezüglich gluter

die mit ihren Produkten und Dienstleis- vorgeben. So he tungen zeigen, wie in Zukunft energie-ben sich die Unter-efficienter und nachhaftiger gekaut wer-nehmen im Land den kann. Dann mit seinem natürlichen einen hohen Ar

ÄSTHETIK UND PRÄZISION Jedoch obgleich sich der Eindrock auf- nur Phrazen und w Hale. waldgemeinte Ver Inspesant waren Ende Juli im Handels- sprechungen sind, gister der nurditellenischen Region zeigt die Realität. In der Nähe von Paris wirkte Robert en Davidesistern

benstuklus und seiner Klimewirkung ist usruch en Å

niert für kreisleuffahiges Beven

das econoribare Material Hale prüdesti- und Ausführung



wie Lebenmittel, Diemtleistong, Bau Agritach das Unternehmen Geier mit nie, deren Produkt «Hyperchargen sich gewerke, Handwerk, Gastgewerke, Land - seinen Respenfahrzeugen und Maschinen binnen sechs Jahre airtuchaft et cetera. Was sie eist - hai al für den Ohst und Waishau ab wichtiger. E.Schoelladesaude in gans Furnan etab Unterschiedlichkeit - ist des Geschick Partner für die Landwirtschaft, im Be- liert het, in puncto Alpine Technologie und die Präsision mit der sie bei ihrem Tun- reich Greentenh die honer Firms Abstro- die Technologie Grunne, die mit Bre-Schneekanonen für die optimale Basi





Anzeige

DER STANDARD WOCHENENDE

SÜDTIROL ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG SA./SO., 2./3. NOVEMBER 2024 | 21

Frisch gefischter Salat und Soja in Gelform

Südtiroler Start-ups revolutionieren den Agritech-Sektor und lassen mit innovativen Meilensteinen aufhorchen: Da werden Salate frisch gefischt und gentechnikfreies Sojaprotein zu Gel verarbeitet - immer verbunden mit der Frage: Was brauchen die Menschen in der Welt von morgen?

Betrachtet man die unternehmert-schen Ideen, die in Süditrol wur-Gameien in Becken, mit der Hydro-duktion mit bereits bestehenden zein, wird eines rasch klar: Innova- pontik, der Kultivierung von Nutz- Strukturen in der Landwirtschaft tionen made in Südtirol sind nicht pflanzen, etwa Salat oder Kräutern, nur zukunftsfähig, fortschrittlich, werbindet. "Aquaponik läuft im eohistory functional and data the perankert in traditionellen Worten, sie kreislauf, ressourcenschenend und haben auch immer die Menschen völlig ohne chemisch synthetische im Blick, das Wohl der Gemein- Dünger und Pflanzenschulz sowieschaft. Was ist gut für die Menschen ohne den Einsatz von Antibiotika in zu. Das 2018 gegründete Starl-up mit in der Regton? Aber auch. Was hat der Fischzucht", erktärt Matthäus Sitz im NOI Techpark in Bozen ver-Bedeutung für die globale Gemein-Kircher. schaft, für die Menschen in der Weit Meilensteine im wom minnem? Gewächshaus in Tramin Salat, frisch gefischt Fragen wie diese stellen sich auch Aquaponik hat großes Potenzial für europäischer, mit "Carbon Farmingdie siehen Pioniere von Solos, einem eine umweitfreundliche Produktion angebeuter Soja - OMG free, aus elinnegation Start on in Stidting and characteristic and armodicht das nichts wentser vorhal, als die den stelsenden Bedarf an Lebens- und eisener Solazenetik", erklärt konventionelle Landwirtschaft zu mitteln nachhaltie zu decken Nach. Michael Aizwanger Einanzmana. revolutionieren. "Unser Unterneh- haltiekeit ist auch die Stellschraube, eer von HiWeites und Investor in form ist eine Proteinquelle für die men steht für Anuanonik und damit an der das Team von Soles tiletich weitweiten Landwirtschafterenlek. für einen grundlegenden Wandel dreht - und Mellensielne verzeich- ten. "Unsere beiden patentierten licht dieser, auf heute verwendete, in der Lebensmittelproduktion", so nen kann: "Als erstes Unternehmen Prozesse erlauben eine hundertpro- oft chemische Lebensmittelzusalz-Mabihius Kircher, Gründungsmit- ist es uns gelungen, ganzjährig Sa- zenitg natürliche Extraktion der Pro-Aquaponik ist ein Verfahren, das raum anzubauen, ohne dass wir die natürliche Funktionalität der die Aquakultur, also die Aufzucht hierfür unser Clashaus behetzen Sojaerbee erhalten."

müssen", erzählt Matthäus Eircher und führt fort: "Zurzeit arbeiten wir an einem hochinnovativen Prototypen, der Energieproduktion aus erneuerbaren Quellen, qualitativ hochwertige kontinentale Fischduktion mit bereits bestehenden

verbinden wird." Es bleibt spennend Im Gewächshaus in Tramin. Proteinisolate aus

europäischer Soja Spannend geht es auch bet HiWeiss folgt eine 100-Prozent-Regel: 100 Prozent EU-Sofa, 100 Prozent Gkologisch und 100 Prozent funktional. "Wir pro duzieren einzigartige, "fenktionelle"

Die nachhaltige Technologie der Proteinisolate aus ausschließlich gener nachvoliziehbarer Lieferkette glied und Gesellschafter von Solos, late und diverse Krieter im Albem- teine aus den Soleerbeen - so bielbt für die Zukunft sind, europeweil zu und Viehwirtschaft verwendet.



Pluspunkt: geschlossene Kreislaufwirtschaft

Das auf diese Weise gewonnene Protototolat in Col. oder Pulver. Lobensmittelindustrie und ermite. stoffe zu verzichten, "Unsere Pläne versuchen, aus europäisch angebauter Soja sehr gut verdauliche, kommen Pflanzen zugute.

Mikrobiom-kompatible Lebensmit tel herrastellen. So wollen wir auch die auronitieche Abhlinolokolt von importierter Soja aus China und Sildamorika vorringern" so Michael Atzwanger, Apropos geschlossene Ktolslandwirtschaft- Rol der Herstell lung garantiert HiWeiss die vollstän dige Nutzung von Nebenprodukten Solafasern wortien in der Lebens Seren, Probletika und Hilfsstoffe

Visibility Rewards – at a glance









Enhanced Visibility

Part of the communication campagne Flag on suedtirol.info Guest-Magazine Seal

Integrated Visibility

Newsletter Prioritising of requsts and shootings suedtirol.info

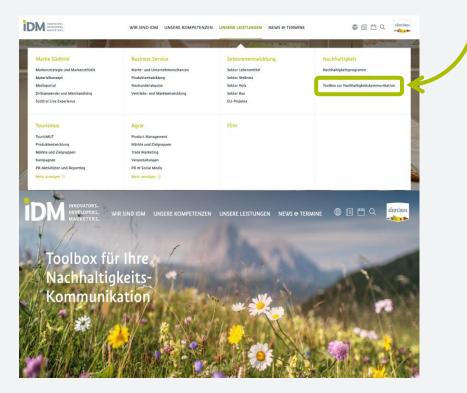
Exclusive Visibility

Tourism-Newsletter Social Storytelling PR- and Influencer activities

Communications Toolbox



https://www.idm-suedtirol.com/it/il-nostro-lavoro/sostenibilita-alto-adige/toolbox-comunicazione-sulla-sostenibilita



Tipps and Tools for your Accomodation

Wie und wo können Sie Gäste über Ihr nachhaltiges Engagement informieren? Diese Plattform bietet Ihnen ein umfangreiches Set an Hilfsmitteln für eine erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation.

IDM Sudirol hat generinsam mit Interessensvertetern, Betrieben und Agenturen Empfehlungen und Tools ausgeanteitet, die Sie bei Ihrer Nachhaltgleeitskommunikation ande Gast unterstützen, Praktische Tipps sowie Bild- und Vörenzterlat, gafache Elemente, Tostbausteine und Best-Practice Beispieles sollen ihnen dabei hellen, Gäste Über Ihre Bestrebungen Sachen kahnaltgleitz un Idmireterie

Eine gute Nachhaltigkeitskommunikation verschafft ihnen einen klaren Wettbewerbsvorteil und rechtfortigt einen höhreren Preis. Sie sprechen neue Zielgruppen an, binden Gäste sowie Mitarbeiter langfristig an Ihren Betrieb und verbessern das Image bei Patrumt, Liederanten und Nacham.

Kommunikations-Tools

Bild-, Text- und Videomaterial, Piktogramme, Checklisten und Best Practices zu den Themen:

Mobilität	
Verpflegung	
Unterkunft	
Infrastruktur	
	Verpflegung Unterkunft



Mobilität

Laut einer Umfrage von IDM Südtirol wünschen sich Gäste eine bestere Information und Kommunikation zu einem autofreien Urlaub, Informierem Sie Ihre Gäste deshalb über die Möglichkeiten einer nachhaltigen Anreise, des Gepäcktramsports und der Mobilität ver Ort.

Zu den Tools 🕥

The Sustainability Label South Tyrol – the results after two years



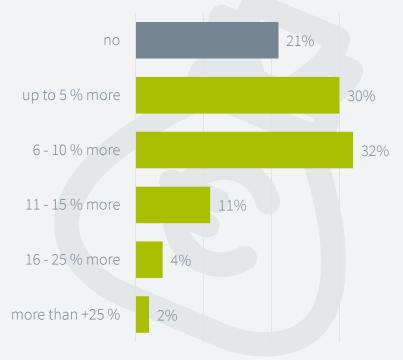


South Tyrol as a Pioneer on Sustainability



Willingness to pay for sustainability DACHI

INNOVATORS. DEVELOPERS.



Question: Which of the following regions is a pioneer on sustainability?

© South Tyrol Brand Survey (Wave Nov 2021) and IDM target group segmentation

A paradigm shift



From

DESTINATION MARKETING TO DESTINATION MANAGEMENT

DESTINATION TRANSFORMATION

With focus on

LOCAL COMUNITIES

Thank you!

For further Information: www.suedtirol.info/information/sustainablesouth-tyrol/sustainability-seal-south-tyrol

hannes.waldmueller@idm-suedtirol.com

INNOVATORS. DEVELOPERS. MARKETERS.

