

Sehr geehrte Mitglieder des Steering Committees der Vision T,

Österreich gehört zu den weltweit führenden Tourismusdestinationen. Mit rund 36 Milliarden Euro touristischen Ausgaben jährlich, einer Wertschöpfung von rund 29,5 Milliarden Euro und mehr als 300.000 Arbeitsplätzen ist der Tourismus eine tragende Säule der österreichischen Volkswirtschaft.

Diese wirtschaftliche Bedeutung macht eines deutlich: Die Zukunft des österreichischen Tourismus ist untrennbar mit der Zukunft unserer natürlichen Lebensräume verbunden.

Über 80% der internationalen Gäste besuchen Österreich wegen seiner einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften: der Alpen, Seen, Wälder und Nationalparks. Natur ist damit nicht nur ein ästhetischer oder kultureller Wert, sondern die zentrale Grundlage unseres touristischen Erfolgsmodells. Damit gilt eine einfache wirtschaftliche Realität: Der Schutz der Natur ist kein Nebenziel der Tourismuspolitik, er ist eine Voraussetzung für ihre Zukunft.

Der Klimawandel stellt diese Grundlage zunehmend infrage. Steigende Temperaturen, veränderte Niederschlagsmuster, Extremwetterereignisse sowie die langfristig sinkende Schneesicherheit im alpinen Raum verändern bereits heute die Rahmenbedingungen vieler touristischer Angebote. Für eine Volkswirtschaft, in der der Tourismus eine so zentrale Rolle spielt, ist dies nicht nur eine ökologische Herausforderung, sondern ein strukturelles wirtschaftliches Risiko.

Gerade deshalb eröffnet sich aber auch eine strategische Chance:

Österreich kann den Anspruch formulieren, weltweit führend im nachhaltigen Tourismus zu werden. Nicht als Marketingbotschaft, sondern als langfristige wirtschaftliche Strategie. Die im Rahmen der Vision T angestoßene Weiterentwicklung des österreichischen Tourismusmodells bietet hierfür eine einmalige Gelegenheit. Aufbauend auf den Grundprinzipien des Plan T, insbesondere Qualität, Regionalität, Nachhaltigkeit und Kooperation, könnte Österreich eine klare internationale Führungsrolle einnehmen.

Ein solcher Ansatz würde mehrere Ziele gleichzeitig erreichen:

- Er würde die internationale Wettbewerbsfähigkeit Österreichs in einem wachsenden Markt für nachhaltige Reiseerlebnisse stärken.
- Er würde Regionen und Betrieben eine klare Orientierung für die Transformation in Richtung klimaverträglicher Tourismusmodelle geben.
- Er würde durch die Vorbildwirkung die wichtigste Ressource unseres Tourismus maximal sichern.

Die zentrale strategische Frage lautet daher nicht, ob Nachhaltigkeit eine Rolle im Tourismus spielen soll. Die entscheidende Frage ist vielmehr: Welche Rolle Österreich in der globalen Transformation des Tourismus einnehmen möchte.

Die Vision T könnte damit mehr sein als eine Weiterentwicklung bestehender Strategien. Sie könnte den Rahmen schaffen, um Österreich langfristig als Weltmarktführer für nachhaltigen Tourismus zu positionieren. Um dieser Rolle gerecht zu werden sollte ein ambitionierter Ansatz folgende Punkte beinhalten:

- Österreich als globale Leitdestination für klimafreundlichen und naturverträglichen Tourismus zu positionieren
- Nachhaltigkeit und Klimaschutz als Kernbestandteil der touristischen Marke Österreich zu verankern, das bedeutet auch die öffentliche Positionierung für ambitionierte Klimaschutzmaßnahmen zum Erhalt der Natur und Wirtschaftsgrundlage
- Investitionen in klimaneutrale Mobilität, nachhaltige Infrastruktur und naturverträgliche touristische Angebote zu beschleunigen (zB nach dem Salzburger Vorbild der Mobilitätsabgabe)
- Destinationen, Regionen und Betriebe systematisch bei der Transformation zu klimaneutralen Geschäftsmodellen zu unterstützen

Österreich verfügt über hervorragende Voraussetzungen, um diese Rolle einzunehmen: eine intakte Natur, hohe Qualitätsstandards im Tourismus, innovative Regionen sowie eine starke internationale Marke.

Wenn es gelingt, diese Stärken konsequent mit ambitionierten Klima- und Naturschutzmaßnahmen zu verbinden, kann Österreich zum globalen Benchmark für nachhaltigen Tourismus werden und damit gleichzeitig seine wichtigste touristische Ressource sichern: die Natur.

Mit freundlichen Grüßen,
(die unterzeichnenden TVBs, Organisationen, Betriebe, Verbände... werden dann hier aufgelistet)