























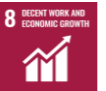










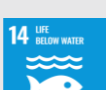





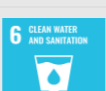
Handlungsfeld	Leitziel	Impact Goal	SDGs	Maßnahme	KPI / Indikatoren	Häufigkeit der Messung	Wer ist verantwortlich	Priorität	Status 2021	Status 2022	Status 2023	Notizen
Enabling People (Impulse und Empowerment für eine nachhaltige Wissenskultur)	1. Alle relevanten Leistungsträger:innen der Tiroler Tagungsindustrie bieten regenerative und gesunde Meetings an und Kund:innen wissen darüber Bescheid.	1.1 Bewusstsein für nachhaltige Veranstaltungen in der Tagungsbranche von 72 % auf 85 % bis Dezember 2025 steigern.	 	1.1.1 Nachhaltigkeitsaspekte werden zu 100% im gesamten Corporate Design in Bild, Sprache und Text ab 01.10.2021 eingebunden. Darunter fällt eine genderneutrale, inklusive Sprache, Diversity in der Bildsprache: Natur und Gesundheit sind immer sichtbar.	In 100% der Online-Texte (veröffentlicht nach 01.10.2021) ist mindestens ein Nachhaltigkeitsaspekt eingebunden. Auch in 100% aller Printmedien werden ab 01.10.2021 Nachhaltigkeitsaspekte inhaltlich, aber auch in der Produktion berücksichtigt.	vierteljährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Der Einbezug von Nachhaltigkeitsaspekten wurde bereits in der CBT Marketing- & Kommunikationsstrategie 4.0 verankert. Somit wurde die Umsetzung bereits im Jänner 2021 gestartet.
			1.1.2 100% der Give-Aways sind nachhaltig und fair produziert eingekauft.	Die Herkunftsländer der Lieferant:innen/Lieferkette sind weitgehendst regional (siehe Glossar) und folgen je nach Produkt folgender Logik: Tirol, Südtirol/Bayern, Österreich, Europa. 100% der Materialien sind bio und fair produziert.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Dieser Ansatz wird bereits seit einigen Jahren verfolgt, könnte jedoch anhand eines neuen Regionalitäts-Verständnisses und einer genaueren Überprüfung optimiert werden.	
			1.1.3 Im Interdisziplinären Team (IDT) Nachhaltigkeit wird bis Ende 2021 die Entwicklung eines Nachhaltigkeits-Handbuchs der Tirol Werbung (TW) als Maßnahme für 2022 definiert. Dieses beinhaltet u.a. das Design, Wording als auch Lieferant:innen-Briefings.	Das Nachhaltigkeits-Handbuch wird bis Ende 2022 nicht nur den Mitarbeiter:innen der Tirol Werbung, sondern auch auf der Website der Öffentlichkeit zum Download zur Verfügung gestellt.	jährlich	IDT Nachhaltigkeit und in weiterer Folge Design-Abteilung, UDL (Unternehmensdienstleistung) und Tirol Shop der Tirol Werbung	1	Verspätet	Verspätet	Nicht relevant	Durch die Umstrukturierung in der Tirol Werbung wird es ab 2023 ein eigenes Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit aufgebaut, welches sich verstärkt den Nachhaltigkeits-Agenden intern wie extern, widmen wird. Die Formulierung von 1.1.3 ist in Zukunft daher nicht mehr existent.	
			1.1.4 Die bereits erfolgten Umfragen (Kund:innen und Branche) von 2021 werden jährlich wiederholt.	90% der Kund:innen sind bis Ende 2025 der Ansicht, dass Tirol eine Top Destination für regenerative und gesunde Meetings ist. Die Anzahl der eingereichten Nachhaltigkeitsrichtlinien der Branchenbetriebe wird jährlich um 10% gesteigert. Die Umfragen-Teilnehmer:innen Zahl wird bis Ende 2025 auch jährlich um 10 % gesteigert.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Diese Umfragen wurden 2021 zum ersten Mal durchgeführt und werden darauf aufbauend optimiert. Die Ergebnisse auch von 2022 dienen der jährlichen Optimierung und Service Anpassung des Convention Bureau. Bei der Umfrage im Herbst 2022 sind bereits 84,7 % der Ansicht, dass Tirol eine Top Destination für regenerative und gesunde Meetings ist.	
		1.2 100% des convention.tirol Bildungsangebotes beinhalten bis Dezember 2025 Nachhaltigkeitsaspekte.	 	1.2.1 Implementierung einer neuen nachhaltigen Schulungsreihe mit mindestens zwei Schulungsoffensiven pro Jahr für Partner und Kund:innen (z.B. Support bei Zertifizierungsprozess, Impulse zu Gesundheit im Tagungsland Tirol und Genderquality/Diversitymanagement, etc.).	100% der Schulungsoffensiven beinhalten Nachhaltigkeitsaspekte bis Ende 2025.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	On Track	z.T. schon realisiert vor allem wenn es um Resilienz, nachhaltige Führung, etc. ging 2022: Schulungen zu Green Meeting sowie Webinar zu Impact Management;
			1.2.2 Jede Netzwerkveranstaltung beinhaltet immer mindestens einen Programmpunkt zu einem Nachhaltigkeitsaspekt. In der Tirol Werbung werden jährlich Workshops und Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit für alle Mitarbeitenden angeboten.	Neben News, Reports und anderen Themen aus dem Tagungsland Tirol widmen sich mind. 50 % der Programminhalte bis Ende 2025 diversen Nachhaltigkeitsaspekten	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	On Track	Nachhaltigkeitsthemen wurden bei Netzwerktreffen immer behandelt, können aber noch prominenter mitaufgenommen werden. 2022: Healthcare Tea(m) Time mit starkem Nachhaltigkeitsbezug Nachhaltigkeitsschulung für Mitarbeiter innerhalb der Tirol Werbung	
		1.3 Ab 2022 sind mindestens 70% aller convention.tirol Eigenveranstaltungen Green Meeting/Green Event nachhaltig durchgeführt oder zertifiziert, bis 2025 100%.	 	1.3.1 Das Convention Bureau Tirol unterzieht sich der Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen und ist mit Ende 2021 Leistungsträgerin. Für kleinere Formate wird das Green Event Tirol Siegel getestet.	Bis Ende 2021 ist das Convention Bureau Tirol bzw. die Tirol Werbung Lizenznehmerin des Österreichischen Umweltzeichens.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Zertifizierungsprozess im Sommer 2021 gestartet, seit 23.09.2021 Lizenznehmerin des Österreichischen Umweltzeichens.
			1.3.2 Die convention.tirol Nachhaltigkeitsstrategie wird auf der Website veröffentlicht und Partnerbetriebe 'gecoacht', Nachhaltigkeitsstrategien zu erarbeiten und diese auf ihren Websites zu veröffentlichen.	Nachhaltigkeitsstrategie wird bis Dezember 2021 nach öffentlicher Konsultation auf der Convention Bureau Tirol Webseite veröffentlicht.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Die Nachhaltigkeitsstrategie wird jährlich überprüft (evtl. unter Einbeziehung der Öffentlichkeit oder GDS Stakeholder Task Force) und adaptiert. 2021: Nachhaltigkeitsstrategie wurde veröffentlicht 2022: Schulungen zu Nachhaltigkeits-Strategie wurden vom CBT geplant, jedoch durch die internen Umstrukturierungen eingebremst: Regelmäßiger Austausch bezüglich unseren Erfahrungen im Nachhaltigkeits-Strategieprozess	
			1.3.3 Eigenveranstaltungen des Convention Bureau Tirol beruhen auf einem Nachhaltigkeitshintergrund und werden als Green Meeting durchgeführt.	Indikatoren für nachhaltige Veranstaltungen sind: Klimaneutrale Location, Zertifizierung mit dem Österreichischen Umweltzeichen, Nachhaltige Themen bei den Impulsvorträgen etc.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Hier der Report: https://www.convention.tirol/hybrid-veranstaltung-tirol-connect/ 2021: Tirol Connect 2022: kein hybrides Event stattgefunden: MICE Stories in klimaneutrale Locations durchgeführt 2023: Convention4U als Green Meeting	
		1.4 Bis 2030 Steigerung der Veranstaltungsanzahl in Tirol in nachhaltigen Branchenbereichen um 10 %.	 	1.4.1 Verstärkte Bewusstseinsklärung und Kommunikation Tirols als Top Research Destination in den 9 ausgewählten nachhaltigen Key Industries (Life Sciences, Wellness Tourism, etc.) bis 2030.	Bis Mitte 2022 sind Tiroler Key Industries auf der convention.tirol Website ersichtlich. Neue strategische Partnerschaften werden in den genannten Bereichen gefördert und im convention.tirol Netzwerk verstärkt kommuniziert sowie die Pressearbeit vor allem auf den wissenschaftlichen Bereich (mit mind. 5 Medienkooperationen pro Jahr) ausgeweitet. Ende 2030 wurden um 10% mehr Veranstaltungen in Tirol veranstaltet als noch 2022 (messbar anhand des jährlichen Meeting Reports Austria).	jährlich	Convention Bureau Tirol & SAT	1	Erledigt	Erledigt	On Track	2021 Key Industries auf CBT Website: https://www.convention.tirol/key-industries-tirol/ ; Teilnahme am m&i Healthcare 2022: Recherche relevanter Key Industrie Marktveranstaltungen; 2022: Rubrik Kongresse in Kund:innen-Newsletter aufgenommen Es findet ein Austausch mit der SAT statt. 2023: Austausch mit der SAT bezüglich Nachhaltigkeitsschulung

Connecting Partners (Verbindung eines co-kreativen und verantwortungsvollen Netzwerkes der Tiroler Tagungsindustrie)	2. Im Netzwerk der Tiroler Tagungsindustrie entstehen kollaborative Beziehungen, ein reger und gewinnbringender Austausch für eine nachhaltige Entwicklung sowie für ein verbindendes Zugehörigkeits- und WIR-Gefühl.	2.1 Bis Ende 2024 wurde das Netzwerk um fünf strategische Partner erweitert.		2.1.1 Kontaktaufbau funktioniert in Zusammenarbeit mit relevanten Institutionen Tirols: Universitäten Tirols, Wirtschaftskammer. Bei Convention Bureau Tirol Eigenveranstaltungen werden hauptsächlich Tiroler Speaker:innen angefragt. In den relevanten Newslettern (WKO, Universität) wird die convention.tirol Leistung bekannt gemacht.		jährlich				On Track	Erliegt	On Track	2022: Austausch mit Vertreter:innen der Universität Innsbruck, Wirtschaftskammer und SAT 2023: wird 2023 verstärkt in den Fokus gerückt
			2.1.2 Recherche und Erweiterung der Stakeholder Kontaktliste in Zusammenarbeit mit der Lebensraum Tirol Holding.	Bis Ende 2022 werden 20 regionale strategische Partner mit Potential recherchiert. Bis Ende 2024 sind 10 von den 20 potentiellen Neukontakten Teil der convention.tirol Community und nehmen mindestens einmal pro Jahr an einer CBT-Aktivität teil.	jährlich	Convention Bureau Tirol & SAT	3	Erliegt	Erliegt	On Track	Kontaktliste mit 51 Stakeholdern bereits vorhanden.		
			2.1.3 Zur aktiven Förderung der Tourismus Gesinnung werden Dialog- und Diskursplattformen auf regionaler und überregionaler Ebene entwickelt.	Jährliche Umfragen zeigen positive Entwicklungen der Tourismusgesinnung.	jährlich	Lebensraum Tirol Holding, Tirol Werbung	2	Erliegt	Erliegt	On Track	IDT wurde zu dieser Thematik gegründet. Dieses Thema wird ab 2023 ebenfalls im Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit verstärkt bearbeitet. 2021 & 2022: Veronika Schumann war Teil des IDTs Nachhaltigkeit und Tourismusgesinnung 2023: seit Beginn 2023 wurde das Thema Tourismus-Gesinnung in das Team Kompetenzzentrum		
			2.1.4 Bis Ende 2024 werden vermehrt partizipative und co-kreative Innovationsprozesse im convention.tirol Netzwerk eingesetzt.	50% der Netzwerk-Veranstaltungen weisen bis Dezember 2024 einen Workshop-Charakter auf. Bis Ende 2024 sind bei gut einem Drittel der Netzwerk-Veranstaltungen 30% der Teilnehmer:innen externe regionale Stakeholder.	jährlich	Convention Bureau Tirol	2	on Track	On Track	On Track	2021: Bei Tirol Connect wurden bereits externe regionale Stakeholder eingeladen. Interaktiver Workshop mit externen Stakeholder und Stefan Sagmeister 2022: Impact Management Webinar mit Mitarbeiter:innen der TW, SAT & LTH 2023 werden Fortbildungen mit Workshopcharakter im Schulungsplan integriert interaktiver Zukunftswerkshop mit externen Teilnehmenden		
			2.2 Alle convention.tirol Partner weisen ein nachvollziehbares Nachhaltigkeitskonzept vor bzw. liefern diese innerhalb der ersten 12 Monate nach Eintritt bzw. bis Ende 2025 nach.		2.2.1 Alle Convention Tirol Partner werden über Schulungsoffensiven, aber auch individuell 'gecoacht' und angehalten, Nachhaltigkeitsstrategien zu erarbeiten und diese auf deren Websites zu veröffentlichen.	2024 haben 30% aller Convention Tirol Partner eine veröffentlichte Nachhaltigkeitsstrategie 2030 sind es 100% aller Convention Tirol Partner	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	On Track	On Track	On Track	Mit dem GDS Benchmarking Prozess wurde hier ein Stein ins Rollen gebracht. Auch die Veröffentlichung der CBT Nachhaltigkeitsstrategie ist ein erster Meilenstein in diese Richtung. Die Schulungsoffensive musste aufgrund von internen Umstrukturierungen auf 2023 verschoben werden. Dementsprechend wuden die KPI Ziele realistisch angepasst.
		2.2.2 Eine Guideline für ein Nachhaltigkeitskonzept wird vom Convention Bureau Tirol erstellt und den Partnern zur Verfügung gestellt.	Bis Ende 2023 wird auf der Convention Tirol Website eine Guideline für die Erarbeitung und Erstellung einer Nachhaltigkeitsstrategie zum Download zur Verfügung gestellt.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Nicht angefangen	nicht angefangen	On Track				
		2.3 Über das Interdisziplinäre Team (IDT) Nachhaltigkeit wird bis Ende 2022 ein Tiroler Kompetenzteam zum Thema Nachhaltigkeit aufgebaut.		2.3.1 Das Tiroler Kompetenzteam Nachhaltigkeit bietet ab Ende 2022 regelmäßige (mindestens 3 pro Jahr) Austauschmöglichkeiten, Schulungen (mindestens 2 pro Jahr) und laufende Unterstützung bei Produktentwicklungsprozessen der Leistungsträger:innen.	Die Maßnahmen des Tiroler Kompetenzteams werden ab Ende 2022 anhand der Agendainhalte, Teilnehmer:innenzahlen und innovativer Produktbeispiele gemessen und ggf. auf der Website dargestellt.	jährlich	Interdisziplinäres Team (IDT) Nachhaltigkeit	1	on Track	On Track	Erliegt	Veronika Schumann ist Teil des IDTs Nachhaltigkeit und kann somit diverse Themen, Maßnahmen und Ideen dort platzieren. Ab 2023 werden die Agenden von dem Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit übernommen. Das neue Team Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit ist seit Anfang 2023 offiziell in der Tirol Werbung kommuniziert.	
		2.4 Mindestens 80 % der convention.tirol Partner bietet bis 2025 die Möglichkeit zu energieeffiziente hybride Meetings mit regionalen Technikanbieter:innen an.		2.4.1 Bei der Durchführung von 100 % der Famtrips wird nicht nur bei Live-Erlebnissen großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt (Anreise, Unterbringung, Verpflegung & Programm), sondern auch virtuelle Realisierungen werden mit einem gesellschaftlichen Mehrwert versehen.	Bis 2025 werden 80% der Famtrips virtuell oder hybrid realisiert. Technikanbieter:innen kommen nach Möglichkeit und Verfügbarkeit bei 100 % der Veranstaltungen aus der Region.	jährlich	convention.tirol Netzwerk	2	on Track	Nicht relevant	On Track	Wird ca. bei einem Drittel der Partnerbetriebe bereits so gelebt und gefördert. Famtrips: 2021 & 2022 kaum relevant, da kaum Famtrips stattgefunden haben Die großen Tiroler Convention Partner haben gemeinsam mit Tiroler Technikfirmen eigene Hybrid Lösungen für die Destination entwickelt. (Bsp.: hymar von Congress Centrum Alpbach und Ganslhaut) 2023: Daten wurden in der Partnerumfrage 2023 aufgenommen	
		2.5 In einem kollaborativen Prozess werden bis Ende 2022 branchenrelevante Begrifflichkeiten (wie z.B. Hybride Events, Regionalität, Lebensraum, etc.) in einem Glossar für das nachhaltige Tagungsland Tirol erarbeitet und zur Verfügung gestellt.		2.5.1 Das Convention Bureau Tirol initiiert bis Ende 2022 über entsprechende Interessensvertretungen (ACB, OW, etc.) die Erstellung eines Glossars für nachhaltige Meeting Partner, worin vielseitige Begrifflichkeiten (wie z.B. Hybride Events, Regionalität, Lebensraum, etc.) eindeutig definiert werden.	Ein Glossar für nachhaltige Meeting Partner wird bis Ende 2022 veröffentlicht.	jährlich	Convention Bureau Tirol & ACB	1	Verspätet	Verspätet	On Track	2022: Guideline für nachhaltige Meetings auf der Website zur Verfügung gestellt: https://www.convention.tirol/darum-tirol/green-meetings/ Wird über das ACB weiterhin als ToDo vorgesehen.	
		2.5.2 Auf Basis der zur Verfügung gestellten Regionalitäts-Definition, dessen Intergration in den convention.tirol Qualitätskriterien und aufgrund von lokalen Kooperationen im Food & Beverage Bereich, sowie auch anderen Sektoren, werden 60% der Leistungen (Food & Beverage, Give Aways, Möbel, etc.) bis Ende 2025 aus der Region bezogen.	Die Regionalitätsdefinition ist bis Ende 2022 in den Convention Tirol Qualitätskriterien verankert und auf der Website integriert. Anhand der jährlichen (mind. 10) Qualitätschecks wird gemessen, dass Convention Tirol Partner bis 2025 zu 60% mit regionalen Lieferant:innen arbeiten.	jährlich	Convention Bureau Tirol, Agrarmarketing Tirol, Frau Frenes-Lutz Sylvia	2	Nicht relevant	Nicht relevant	Nicht relevant	Es gibt aktuell keine Definition des Begriffes der Regionalität. Laut Global 2000 gilt als Richtlinie, dass die Erzeugung der Rohstoffe, deren Verarbeitung und das der Vertrieb des fertigen Produkts innerhalb eines Umkreises von maximal 100 Kilometer stattfinden müssen. Nur bei Erfüllung dieser drei Kriterien ist aus Sicht von GLOBAL 2000 tatsächlich von regionalen Produkten zu sprechen. Die CBT-Qualitätskriterien wurden 2022 überarbeitet und werden 2023 auf der Website integriert und im CBT Partner-Netzwerk veröffentlicht.			

Developing Prosumers
(Förderung einer gesellschaftlichen
Bedeutungstiefe mit sozialer und
emotionaler Wirkung)

3. Aus Kund:innen und
Konsument:innen werden
"Prosument:innen", die Produkte
nicht einfach nur konsumieren,
sondern diese mitgestalten, über
emotionale Erlebnisse
gesellschaftlich eingebunden
werden, dadurch Sinn stiften und
gesund bleiben.

	 	<p>3.1 Bis 2030 wird jede fünfte Businessreise privat um zwei Nächte verlängert.</p>	<p>3.1.1 Tirol nimmt verstärkt am österreichweiten Lobbying in Bezug auf Bedeutung der Tagungsindustrie sowie die Unterscheidung zwischen Freizeit- & Tagungstourismus bzw. dessen Einfluss auf die Nachhaltigkeitsziele der Region (insbesondere bzgl. der Reisewege) Teil.</p>	<p>Die Agenden diverser Branchen-Treffs (wie z.B. convention4u, ACB Meetings, etc.), aber auch Zusammenkünfte mit anderen strategischen Partnerschaften greifen dieses Thema jedes Mal auf. Als Mitglied im Vorstand des ACB sowie im stetigen Austausch mit der OW verantwortet das Convention Bureau Tirol die Einbringung und Einhaltung der Nachhaltigkeitsaspekte in der österreichischen Tagungsindustrie mit. Die OW bezieht sich in ihrer MICE-Kommunikation auf den Urlaubsverlängerungsaspekt (messbar über OW MICE-Kampagnen). MICE-Themen sind prominenter Teil der allgemeinen Tirol-Strategie und Tourismusedwicklung.</p>	jährlich	Convention Bureau Tirol, Austrian Convention Bureau, Österreich Werbung, Regierung	1	Erledigt	Erledigt	On Track	Wird bereits seit Jahren getan; hier gilt es aber Durchhaltevermögen zu zeigen und weiter zu forcieren. Austausch innerhalb des ACB bei der Convention4u, in Kategoriemeetings und mit den Convention Bureaux. Auch in den Kampagnen der Österreich Werbung wird das Thema Nachhaltigkeit anhand Best Practices glaubwürdig dargestellt.
			<p>3.1.2 Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei Dienstreisen wird über diverse Incentives und Angebote bis 2030 von 2 auf 4 Tage verlängert.</p>	<p>Convention Tirol Partner schaffen Anreize für eine Verlängerung der Aufenthaltsdauer und erweitern dahingehend bis 2030 ihr Produktportfolio. Bis 2030 hat sich die Aufenthaltsdauer von 2 auf 4 Tage verdoppelt. Messbar über den jährlichen mira-Report sowie regelmäßige Wertschöpfungsstudien (z.B. Wifo).</p>	jährlich	Convention Bureau Tirol, Austrian Convention Bureau, Österreich Werbung, Regierung	2	Nicht relevant	Nicht relevant	On Track	Ist ein Thema für die Convention Kommunikation. Schwierig zu messen, so lange diese Daten nicht erhoben werden.
			<p>3.1.3 Der digitale Meldezettel der österreichischen Hotellerie wird bis 2030 um die Rubrik Geschäftsreise erweitert.</p>	<p>Der digitale Meldezettel beinhalten bis 2030 die Kategorie "Geschäftsreise".</p>	jährlich	Convention Bureau Tirol, Austrian Convention Bureau, Österreich Werbung, Regierung	1	on Track	On Track	On Track	Es gibt bereits einige Modell-Regionen, hier gilt es im Lobbying allerdings einen langen Atem zu behalten
	     	<p>3.2 Entwicklung einer Social Impact & Measurement-Strategie (inkl. Legacy Framework) für die Tiroler Tagungsindustrie bis Ende 2023.</p>	<p>3.2.1 Aufbauend auf die Social Impact & Measurement Strategie weisen mindestens 50% aller Rahmenprogramme bis Ende 2025 Nachhaltigkeitsaspekte auf.</p>	<p>Entsprechender Messprozess wird erst im Zuge der Strategie ausgearbeitet und implementiert.</p>	jährlich	Convention Bureau Tirol	2	on Track	On Track	On Track	2022: Kick-Off Webinar im September zum Thema Impact Management
			<p>3.2.2 Die Convention Tirol Social Impact & Measurement Strategie wird in Form eines partizipativen und co-kreativen Prozesses (analog zur Nachhaltigkeitsstrategie) bis Ende 2022 erarbeitet.</p>	<p>Entwicklung der Strategie im Jahr 2022: Vorstellung und Kommunikation der Strategie über die convention.tirol Website bis Ende 2022: Ableitung und Setzen entsprechender Maßnahmen mit Anfang 2023</p>	jährlich	Convention Bureau Tirol, GDS Movement	1	Verspätet	On Track	On Track	2022: Kick-Off Webinar im Juli 2022 zum Thema Impact Management. Wie wir hier weiter vorgehen, entscheidet sich 2023.
			<p>3.2.3 Sinnstiftende Rahmenprogramme und Incentives werden vom Convention Bureau Tirol durch mind. 5 Website-Beiträge pro Jahr gefördert. Das Convention Bureau Tirol wirkt dabei bei Eigenevents als Vorbild und animiert Partner zu einem proaktiven Hinweis auf verantwortungsvolle Rahmenprogramme innerhalb der Angebotslegung.</p>	<p>Auf der Convention Tirol Website sind entsprechende Unternehmen (in Kooperation mit dem Österreichischen Umweltzeichen) gelistet. In allen Kund:innen-Angeboten wird explizit auf diese Möglichkeit für verantwortungsvolle Aktionen hingewiesen. Mit den entsprechenden Organisationen hat das Convention Bureau Tirol bis Ende 2023 Kontakt aufgenommen. Mindestens 10 Kooperationen sind bis Ende 2023 vereinbart.</p>	Jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Beiträge auf Website 2022: https://www.convention.tirol/natuerlich-begeisternde-incentives/natuerlich-sinnstiftende-erlebnisse/ https://www.convention.tirol/miteinander-verbundentagen/ https://www.convention.tirol/die-menschen-hinter-dem-tagungsland-tirol/ Hier werden auch die Partner mit dem österreichischen Umweltzeichen gelistet: https://www.convention.tirol/darum-tirol/green-meetings/ 2023: Rahmenprogramme während der Convention4U als Social Impact Program ebenso wie 2022 während der Loop MICE
	   	<p>3.3 Es wird bis 2025 immer mindestens ein Bezug zu einem Nachhaltigkeitsthema in unseren eigenen Kund:innen-Veranstaltungen hergestellt.</p>	<p>3.3.1 Famtrips weisen Nachhaltigkeitsthemen in deren Programmlegung auf. z.B. Famtrip "Sheroes" um speziell auf starke weibliche Persönlichkeiten in Tirol aufmerksam zu machen oder Hybrid Event "Tirol Connect" hat Gesundheit als Leitthema gewählt.</p>	<p>Bis Ende 2025 weist jede Convention Tirol Veranstaltung zumindest einen Nachhaltigkeitsaspekt (ökonomisch, ökologisch und sozial) auf.</p>	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	On Track	Erledigt	Erledigt	2022: MICE Story Tirol Events befassen sich mit Geschichten schreiben im Solar Punk Genre 2023: FamTrips werden auf Partnerinitiativen unterstützt, Richtlinien werden erstellt siehe oben Loop MICE und Convention4U 2023: Erstellung von Richtlinien für Famtrips
			<p>3.4 Bis 2035 steigt der Anteil der öffentlichen Anreise von Besucher:innen von 10% auf 20% an.</p>	   	<p>3.4.1 Das Mobilitätsteam der Tirol Werbung initiiert die Gründung einer interdisziplinären Arbeitsgruppe, welche zur Zielerreichung einen Plan mit entsprechenden Maßnahmen im Tiroler Tourismus bis Ende 2023 erarbeiten.</p>	<p>Ende 2023 liegt ein Mobilitätsplan mit konkreten Maßnahmen der Arbeitsgruppe vor.</p>	jährlich	Tirol Werbung, TVBs, weitere relevante Stakeholder	1	Erledigt	Erledigt
			<p>3.4.2 Bis 2035 bewegen sich 100 % der öffentlichen Verkehrsmittel durch regenerative Antriebsformen und tragen somit wesentlich zur CO2 Reduktion bei.</p>	<p>Ende 2035 werden 100% der öffentlichen Verkehrsmittel durch regenerative Energien angetrieben.</p>	Jährlich	Tirol2050/Land Tirol	2	on Track	On Track	On Track	IKB strebt Klimaneutralität bis 2030 an (SMART City Innsbruck IKB Klimaneutral bis 2030)

	3.5 Bis 2025 beinhalten 50 % der convention.tirol Story- und Website-Beiträge alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit mit besonderem Fokus auf sozio-kulturellen Veranstaltungskomponenten.	   	3.5.1 Laufend Stories, Best Practices und Erlebnisse aus dem convention.tirol Netzwerk sammeln, erzählen lassen und weitertragen. Ganzjährigkeit ist in der convention.tirol Kommunikation immer spürbar. Der erste dahingehende Audit des Online-Contents wird im Jänner 2022 realisiert.	Der Redaktionsplan für die Online-Kanäle greift zu mind. 50% Nachhaltigkeitsthemen auf. Am Ende jedes Jahres wird anhand eines Content-Checks (in Form von einem internen Audit) nochmal überprüft, zu welchem Prozentsatz dies erreicht wurde.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	On Track	On Track	On Track	Dies wurde bereits in der Online Kommunikations Strategie verankert und in der Konzipierung des jährlichen Themenplans beachtet.
	4.1 Bis Ende 2022 comitten sich 90% der convention.tirol Partnerbetriebe, sichtbar durch das "Partner of CBT" und bis 2025 zum Meet Green-Logo zu den definierten Nachhaltigkeits- und Qualitätskriterien.	   	4.1.1 Die Nachhaltigkeitskriterien werden bis Mitte 2022 in die convention.tirol Qualitätskriterien aufgenommen, sowie über regelmäßige objektive Qualitätschecks durch eine neutrale externe Beauftragte geprüft.	Die überarbeiteten Convention Tirol Qualitätskriterien werden bis spätestens Juli 2022 auf der convention.tirol Website veröffentlicht. Ab August 2022 werden in mindestens 10 Qualitäts Checks (Mysterytests) pro Jahr auch die Nachhaltigkeitskriterien überprüft und bewertet.	jährlich	Convention Bureau Tirol, Frau Frenes-Lutz Sylvia	2	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Die Qualitätskriterien wurden bereits optimiert und um Nachhaltigkeitskriterien erweitert. Momentan findet ein interner finaler Check statt bevor dieses im Herbst an die Convention Tirol Partnerbetriebe ausgeschickt und auf der Website öffentlich zugänglich sind.
	4.1 Bis Ende 2022 comitten sich 90% der convention.tirol Partnerbetriebe, sichtbar durch das "Partner of CBT" und bis 2025 zum Meet Green-Logo zu den definierten Nachhaltigkeits- und Qualitätskriterien.		4.1.2 Definition und Erstellung eines Kriterienkatalogs zum convention.tirol "Meet Green Label" wird bis Mitte Juli 2022 erarbeitet und veröffentlicht.	Das Meet Green Label und ein dazugehöriger Kriterienkatalog wurde auf der Convention Tirol Website bis spätestens Mitte Juli 2022 veröffentlicht.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	Nicht angefangen	Verspätet	Verspätet	
	4.1 Bis Ende 2022 comitten sich 90% der convention.tirol Partnerbetriebe, sichtbar durch das "Partner of CBT" und bis 2025 zum Meet Green-Logo zu den definierten Nachhaltigkeits- und Qualitätskriterien.		4.1.3 Regelmäßige Mitarbeiter:innen-Zufriedenheitsbefragungen messen Wohlbefinden sowie ein Stimmungs- bzw. Image Bild des Tiroler Tourismus als Arbeitgeber. Diese dienen zur Optimierung der Bedingungen.	Jährliche Mitarbeiter:innenbefragung zeigen eine positive Entwicklung des Stimmungsbildes bis 2025.	jährlich	Tirol Werbung	2	Erledigt	Erledigt	Erledigt	2022: Ergebnisse der MA-Umfrage 2021 wurden beim MA-Dialog im März 2022 präsentiert. 2023: Befragung hat stattgefunden und nötige Maßnahmen werden eingeleitet
	4.1 Bis Ende 2022 comitten sich 90% der convention.tirol Partnerbetriebe, sichtbar durch das "Partner of CBT" und bis 2025 zum Meet Green-Logo zu den definierten Nachhaltigkeits- und Qualitätskriterien.		4.1.4 Bis Ende 2022 haben sich alle Convention Tirol Partner einer Safe Service' Zertifizierung unterzogen.	Bis Ende 2022 haben alle convention.tirol Partner das Safe Service Logo auf deren Websites implementiert.	jährlich	Convention Bureau Tirol	2	Erledigt	Erledigt	Nicht relevant	Wurde 2021 zu 100% über die TW gefördert; da diese Förderung 2021 ausfiel, haben sich nur noch wenige Convention Tirol Partner nicht mehr dazu committed; Jedoch auf Basis der Safe Service Schulungen und der gesetzlichen Bereitstellung als COVID-19 Beauftragten ist die Sicherheit in allen Belangen über die Convention Partner gewährleistet.
	4.2 Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Tirol Werbung wurden bis Ende 2022 messbar und nachweisbar gemacht.	   	4.2.1 Ab 2022 soll der jährliche Convention Tirol Tätigkeitsbericht durch einen Convention Tirol Nachhaltigkeitsbericht oder ein anders Reporting-Tool/Prozess (z.B. Dashboard) ersetzt werden.	Im Jänner 2023 wird der erste Convention Tirol Nachhaltigkeitsbericht oder ein anders Reporting-Tool (z.B. Dashboard) veröffentlicht.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	On Track	On Track	On Track	Das Dashboard der Tirol Werbung ist derzeit in Arbeit.
	4.2 Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Tirol Werbung wurden bis Ende 2022 messbar und nachweisbar gemacht.		4.2.2 Erstellung eines jährlichen Covention Reports mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit.	Ab Jänner 2021 wird jährlich ein Convention Report veröffentlicht	jährlich	Convention Bureau Tirol	2	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Es wird jährlich ein Convention Report erstellt.
	4.2 Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Tirol Werbung wurden bis Ende 2022 messbar und nachweisbar gemacht.	 	4.2.3 Bis Ende 2021 nehmen alle convention.tirol Mitarbeiter:innen an Notfallmanagement-Schulung teil.	Bis Ende 2021 haben alle Convention Tirol Mitarbeiter:innen eine Notfallmanagement-Schulung besucht. Notfallmanagement-Plan ist bis Ende 2021 in der Tirol Werbung bekannt und wird den Mitarbeiter:innen zur Verfügung gestellt.		Convention Bureau Tirol, Eventmanagement Team, UDL	1	Erledigt			Alle CBT Mitarbeiter:innen haben die Schulung 28./29.09.2021 besucht.
	4.2 Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Tirol Werbung wurden bis Ende 2022 messbar und nachweisbar gemacht.		4.2.4 Infolge einer Initiative des IDTs Nachhaltigkeit wird bis Mitte 2022 ein Nachhaltigkeits-Management-System in der Tirol Werbung implementiert.	Ab August 2022 existiert innerhalb der Tirol Werbung ein Nachhaltigkeits-Management-System, welches die Aufgaben und Tätigkeiten innerhalb der Organisation nachhaltig ändert und beeinflusst.	jährlich	IDT Nachhaltigkeit, Tirol Werbung	2	Verspätet	Verspätet	On Track	Verspätet. mit der Reorganisation und der Installation eines Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit wird dies 2023 implementiert.
	4.2 Die Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Tirol Werbung wurden bis Ende 2022 messbar und nachweisbar gemacht.		4.2.5 Integration der Meetingindustrie im Krisenresilienzplan der Tirol Werbung bis Mitte 2022.	Bis Mitte 2022 wurde der Krisenresilienzplan, der die Meetingsindustrie beinhaltet, gemeinsam mit einem externen Experten erarbeitet.	jährlich	Tirol Werbung, Convention Bureau Tirol, Externer, Event Team	2	Nicht angefangen	Nicht angefangen	Nicht angefangen	Noch nicht angefangen, da es keinen öffentlichen Krisenresilienzplan gibt
Living Proof (Erleben Tirols als authentische Meeting- und Modellregion)	4. Das Kongress- und Tagungsland Tirol wird als authentische Meetingdestination wahrgenommen.	  	4.3.1 Interessenvertretung und Kooperation mit OBB, Land Tirol, Österreich Werbung. ACB sollen zu einem österreichweiten Bahnticket für Kongressteilnehmer:innen bis spätestens 2025 führen.	Ende 2025 steht ein österreichweites Bahnticket allen Kongressteilnehmer:innen zur Verfügung.	jährlich	OBB, ACB, Österreichische CVBs	2	On Track	On Track	Erledigt	2023: Ist bereits im Einsatz: OBB Kongresskonto
	4.3 Bis 2030 bieten 70 % der Regionen in Tirol nachhaltige öffentliche Mobilitätsmöglichkeiten vor Ort an und bauen ihre E-Carsharingflotte aus.		4.3.2 Innovative Mobilitätslösungen der convention.tirol Partnerbetriebe werden stärker in Szene gesetzt und Incentives als Anreiz zur öffentlichen Anreise bei Eigenevents bereitgestellt.	Bis 2025 wurden bei 50% der Convention Tirol Eigenevents über Gewinnspiele oder andere Incentives die öffentliche Anreise belohnt und gefördert. Bis 2025 mindestens 4 innovative Best Practice Mobilitätsbeispiele über convention.tirol Kommunikationskanäle verbreiten.	jährlich	Frau Johne Katleen Tirol Werbung - Mobilitätsbeauftragte und Tourismus Gesinnung, Vermietlerakademie, Convention Bureau Tirol	2	Erledigt	Erledigt	Erledigt	2021: Verlosung Tirol Connect 2022: Belohnung öffentlicher Anreise für Teilnehmende MICE Story Tirol 2023: Website Integration & Kommunikation von Informationen zur öffentlichen Anreise auf Profilen der CBT-Partner Convention4U
	4.3 Bis 2030 bieten 70 % der Regionen in Tirol nachhaltige öffentliche Mobilitätsmöglichkeiten vor Ort an und bauen ihre E-Carsharingflotte aus.	 	4.4.1 Erstellung einer Zertifizierungs-Guideline für Convention Tirol Partner bis Mitte 2022 und wird evaluiert und angepasst	Die Zertifizierungs-Guideline ist ab August 2022 im Convention Tirol Memberbereich zum Download verfügbar.	jährlich	Convention Bureau Tirol, Greenolution	1	Erledigt	Erledigt	Erledigt	Die Richtlinien des OUZ wurden für die Tiroler Convention Partner und Interessierte in einer einfach verständlichen Präsentation zusammengefasst und wird jährlich evaluiert und angepasst

Pillar	SMART Goal	Actions	How will it be measured / KPI	Frequency of measurement	Who Will be Responsible	PRIORITY	Status			
	4.4 Bis 2030 sind 60 % der convention.tirol Partnerbetriebe und Regionen mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifiziert.	4.4.2 Bis 2030 sind 100% der Tiroler Destinationen mit dem österreichischen Umweltzeichen für Destinationen (welches sich derzeit noch in Ausarbeitung befindet) ausgezeichnet. Dafür dienen die CLAR-Regionen als Modell mit Strahlkraft.	Bis 2030 liegen von sämtlichen Tiroler Regionen die Zertifizierungen vor.	jährlich	Tirol Werbung	2	on Track	On Track	On Track	Das Österreichische Umweltzeichen arbeitet mit 6 Tiroler Pilot-Destinationen an der Erarbeitung einer Zertifizierung für Destinationen. Dieses Ziel ist auch im Tiroler Weg verankert. In den Destinationen werden Nachhaltigkeitskoordinator:innen eingesetzt.
			4.4.3 Das Convention Bureau Tirol unterstützt seine Partnerbetriebe laufend beim Zertifizierungsprozess, weist auf Förderungen hin, vermittelt Kontakte und berät bei Konzeptentwicklung.	Jährlich wurde eine Fortbildungsoffensive zur Zertifizierungsthematik gestartet. Bis 2030 sind 60% der Convention Tirol Partnerbetriebe zertifiziert.	jährlich	Convention Bureau Tirol, Greenolution, Wirtschaftskammer Tirol	1	On Track	On Track	On Track
		4.5.1 Das Convention Bureau Tirol setzt bis Ende 2023 verstärkt auf Schulungsoffensiven im Bereich der digitalen Barrierefreiheit.	Innerhalb der Social Impact und Measurement Strategie wird dies bis Ende 2022 detaillierter ausgearbeitet.	jährlich	Convention Bureau Tirol, GDS Movement	2	Nicht angefangen	Erledigt	On Track	Barrierefreiheit unserer Partner wurde auf der convention.tirol Website prominent dargestellt Schulung ist Thema des neuen Teams Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit Impact Strategie ist 2023 in Bearbeitung
	4.5 Ein barrierefreies Angebot (digital und baulich) ist bis 2030 bei allen convention.tirol Partnerbetrieben vorhanden.	4.5.2 Bewusstseinsklärung zum Thema Barrierefreiheit über vermehrte Kommunikation über die Convention Tirol Kanäle bis Ende 2025.	Bewusstseinssteigerung macht sich über die jährlichen Kund:innen und Branchenumfragen bis 2025 um +25% bemerkbar.	jährlich	Convention Bureau Tirol	1	on Track	On Track	On Track	2022: Barrierefreie Tagungshotels als Landingpage auf convention.tirol und Kategorie im Submenü aufgenommen
		4.5.3 Die Convention Tirol Website ist bis Ende 2023 auch barrierefrei verfügb./abrufbar.	Neben den Sprachversionen wird ab Jänner 2024 auch eine barrierefreie Websiteversion verfügbar sein.	jährlich	Convention Bureau Tirol	2	Nicht angefangen	Nicht angefangen	Nicht angefangen	Die Convention Tirol Website wird voraussichtlich in die allgemeine Tirol Werbung Website integriert Barrierefreiheit ist daher ein allgemeines TW Thema

- Wöchentlich
- Monatlich
- Vierteljährlich
- Jährlich
- Zweijährlich

- 1
- 2
- 3

Nicht angefangen	
On Track	
Erledigt	
Verspätet	
Nicht relevant	
Nicht erreichbar	
höchste Priorität	
mittlere Priorität	
geringere Priorität	

