

Nachhaltigkeitsstrategie schärfen und erfolgreich umsetzen

Ratschings

EMPOWERING
RESPONSIBLE
GROWTH

terra 
institute

RAHMENWERK UND PROJEKT

Internationale Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen



Ziele des Europäischen Green Deal



Nachhaltigkeitsstrategie der Landesregierung



AUTONOME PROVINZ BOZEN SÜDTIROL
 PROVINCIA AUTONOMA DI BOLZANO ALTO ADIGE
 PROVINCIA AUTONOMA DE BULSAN SÜDTIROL

Klimaplan der Landesregierung Südtirols für die Gemeinden



Regulatorische Anforderungen



SUSTAINABLE FINANCIAL TAXONOMIE

EIN KLASSIFIZIERUNGSSYSTEM SOLL ERSTMALS EIN EINHEITLICHES VERSTÄNDNIS DER NACHHALTIGKEIT VON WIRTSCHAFTLICHEN TÄTIGKEITEN IN DER EU SCHAFFEN

Kapitalmarkt Anforderungen



Internationale Tourismus-Standards und IDM NH-INDEX



Strategie und Netzwerk Alpine Pearls





Entwicklung einer **gemeinsamen Nachhaltigkeitsvision** für die Tourismusdestination Ratschings. Klarheit über **ganzheitliche nachhaltige Entwicklung** der Destination.

Entwicklung eines konkreten **Umsetzungsplans** (inklusive Maßnahmenkatalog, Ziele, Zeithorizonten und Verantwortlichkeiten) und **Begleitung bei der Umsetzung**.

Partizipativer Prozess bei dem relevante Interessensgruppen miteinbezogen und die bereits bestehenden Initiativen und Strukturen harmonisch integriert werden.

Konsequenzen für die **Kommunikationsstrategie und –aktivitäten** nach Innen und Außen.

Sensibilisierung und Begeisterung für das Thema Nachhaltigkeit bei möglichst **vielen Betrieben, Interessensgruppen und Meinungsführern** erwecken. Diese dazu bewegen, Verantwortung zu übernehmen und aktiv mitzuarbeiten.

Sommer 2023

Herbst 2023/Frühjahr 2024



Phase 1:
Projektvorbereitungen, Tiefeninterviews,
Kick Off, NH-Vision



- Sichtung der bestehenden Unterlagen und Materialien. Klärung des gemeinsamen Bilds der **Ist-Situation**.
- Identifizierung der **Stärken und Schwächen** und gegenwärtigen Herausforderungen.
- Definition der **Governance- und Projektmanagementstruktur**. Klärung der Erfolgsfaktoren für das Projekt.
- Vorbereitungen, Planung und Durchführung von **Einzelgesprächen** mit den Mitglieder des Greenteams und Schlüsselpersonen.
- Auswertung der Einzelgespräche und Vorbereitungen des Kick Off Workshop.
- Einführung in die **globalen und lokalen Herausforderungen** und Prinzipien für Nachhaltige Entwicklung.
- Entwicklung der zukunftsweisenden **Vision und des Auftrags/Mission (Purpose), sowie der Leitwerte**.

Phase 2:
Strukturierung der Nachhaltigkeitsstrategie

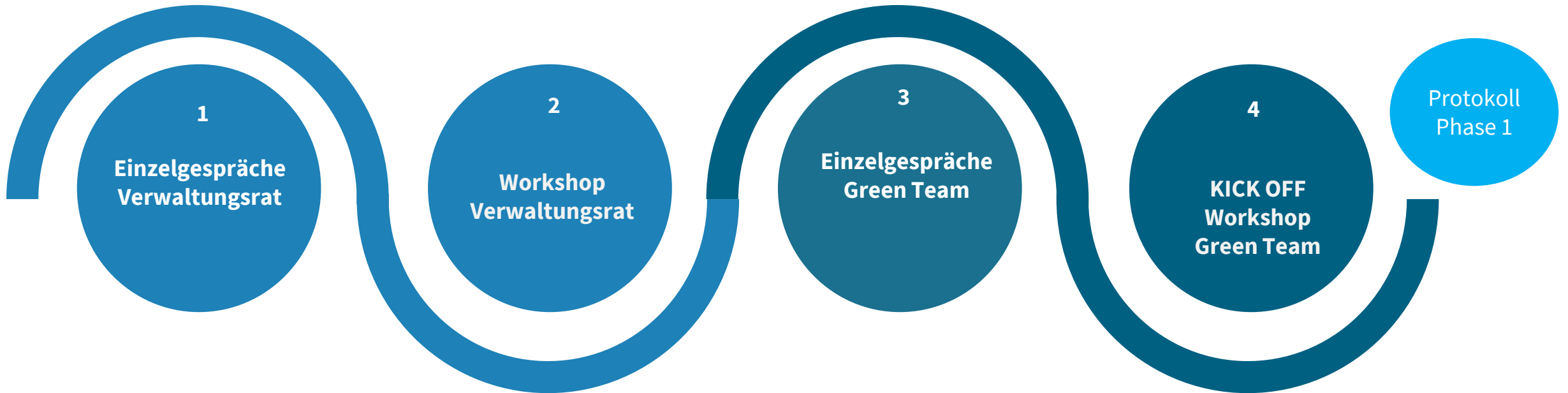


- Ausgehend von den strategischen Vorgaben und Rahmenwerken, **Strukturierung der wesentlichen Themen** im Sinne der Nachhaltigkeitsstrategie.
- **Bestehendes wird aufgearbeitet** und komplett in die Nachhaltigkeitsstrategie integriert.
- **Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen und Status Quo** zu den einzelnen Themen, sowie Festlegung von Zielvorgaben.
- Koppelung an die Struktur des Nachhaltigkeitsindex Tourismus Südtirol und **Definition von Zielen**.
- Definition des **konkreten Umsetzungsplans** mit Arbeitspaketen, Arbeitsgruppen, Zeithorizonten und Verantwortlichkeiten.

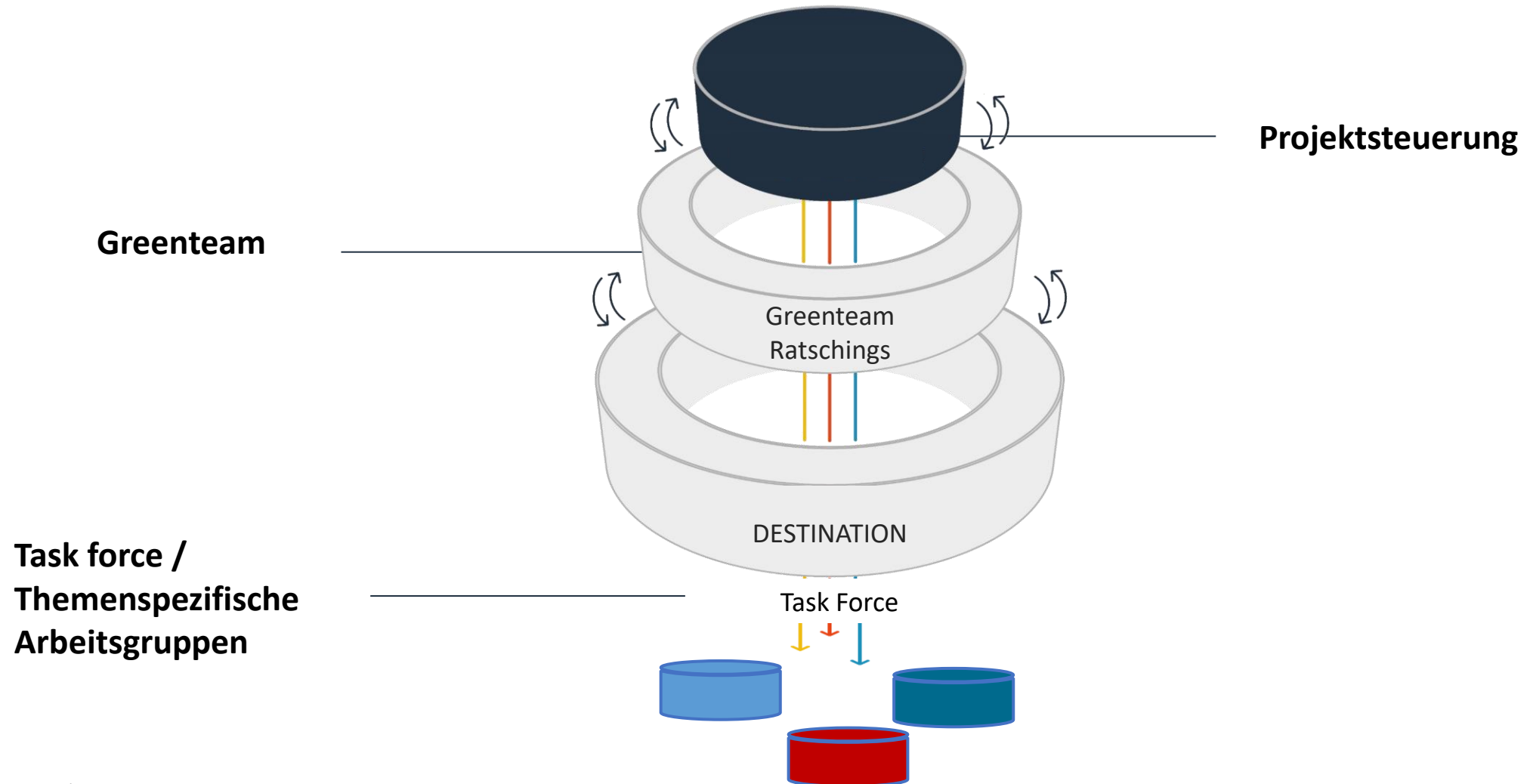
Phase 3:
Umsetzungsbegleitung



- **Operative Unterstützung** der Arbeitsgruppen und der Verantwortlichen bei der Implementierung des Umsetzungsplan.
- **Laufende Impulse und Moderation** von periodischen Meetings zur Fortschrittkontrolle und Protokollierung.
- Sicherstellung der Erfüllung der Anforderungen für die **Zertifizierung als Destination**.
- Definition der Kommunikationsstrategie und -aktivitäten.



Governance und Haltung



- Großzügig

Wir werden einander mit großzügiger Haltung begegnen und zuhören, sowie unsere Geschichten und Ideen einbringen.

- Offen

Wir begrüßen unterschiedliche Meinungen, Perspektiven und Erfahrungen welche eine wichtige Ressource für unserer Entwicklung darstellen.

- Mutig

Wir bringen unseren Kopf, unser Herz unseren Einsatz in diesem Prozess ein, um an unserer gemeinsamen Entwicklung beizutragen.

- Heiter

Wir werden uns von Perfektion lösen, lachen und das Licht aufnehmen, wenn es kommt.

Rolle und Aufgaben des GreenTeam



Rolle/Aufgaben des Green Team



ROLLE/AUFGABEN:

- Repräsentieren ihre Interessensgruppe und tragen die Inhalte/Informationen in die Interessengruppen zurück
- Sind Vorbilder und sehen die Chancen
- Verstehen sich als Brücke zwischen Interessengruppe und GreenTeam - fördern den Zusammenhalt
- Sensibilisieren für den Nachhaltigkeits-Prozess und die nachhaltige Entwicklung der Destination
- Sind sich der unterschiedlichen Bedürfnisse der Interessengruppen bewusst und erkennen diese an
- Kommunizieren den Nutzen des Projekts
- Sammeln Ideen und bringen diese als Vorschläge in die Gruppe
- Bringen Wissen und Erfahrungen ein
- Ermitteln Schwächen und Risiken und thematisieren diese
- Übernehmen Verantwortung für Projekte und treiben diese konsequent voran
- Entwickeln eine gemeinsame Kommunikations- und Positionierungsstrategie
- Definieren die großen Ziele und sind sich der Konsequenzen bewusst
- Vernetzen sich mit den Initiativen auf diversen Ebenen (z.B. Gemeinde, Alpine Pearls, ...)
- Behalten den Überblick, integrieren Bestehendes, nutzen Synergien

FREQUENZ TREFFEN:

- Im Schnitt ein Treffen alle 2 Monate

REGELN FÜR EINE ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT

- Aktiv Verantwortung für Projekte übernehmen
- Termin sind Versprechen und wenn sie nicht eingehalten werden wird die Gruppe vorab informiert
- Abwesenheiten vorab kommunizieren – nach Möglichkeit jedoch vermeiden

ZUSAMMENSETZUNG GREEN TEAM



WAHRNEHMUNG DESTINATION RATSCHINGS
VERWALTUNGSRAT UND GREEN-TEAM

Spontane Assoziationen, Bilder, Emotionen zu Ratschings

Ratschings

terra
institute

NATUR

Hochalpin – die 7 Seen
Wasser, (Gilfenklamm, Burkhadklamm)
Gipfelkreuz
Schöne Bergwelt, Panorama
naturbelassen
Starke Natur
Almen, wie vor 100 Jahren
Grüne Wiesen

WANDERN

Riesiges Wandergebiet (500km Wanderwege)
Schutzhütten
Gepflegte Wege!!!

MENSCHEN - GESELLIGKEIT

Familiäres Berg- und Wandergebiet - familiäre Begegnungen
Offene und freundliche Bevölkerung
Als Gast ankommen – als Freund wieder gehen.
Stammgäste
Sich zu Hause fühlen. Willkommenskultur
Geselligkeit - spürbar
Freundlichkeit gegenüber dem Gast
Familienbetriebe
Heimatgefühl

RUHE

Abschalten, Entschleunigung
Ruhetäler
Ruheoase, auch für Einheimische
Einfach fein
Sanfte Tourismus
Ohne Rummel
Breites Freizeitangebot – stimmig mit der Ruhe
Ausgesprochene Ruhe - „Ein ruhiges Platz'l“
Ruhig, authentisch, Perle

ZIELGRUPPE

Gäste wollen weniger ausgeben
Für alle was dabei
Kürzere Aufenthaltsdauer

WACHSTUMSMODELL

Hotels nicht zu groß, kleinere leiden
Gemeinsame Weg, zusammenhalten – nicht einfach
Das „kleine“ und „gute“ bewahren, das gefällt den Gästen
Einheimische sagen «nicht mehr fein», «kein Platz auf Hütte»
Nur Hotels haben sich entwickelt – restlichen Wirtschaftstätigkeiten sind stehen geblieben
Gleichgewicht Bevölkerung-Tourismus

SEHENSWÜRDIGKEITEN

Zuckerhütl
Gilfklamm
Schloss Wolfsturn
Alte markante Gebäude
Brauchtum
Bergbaumuseum
Bergwerk - Bergbautradition
Becherhaus
Fichtenwald

ERREICHBARKEIT

Anreise auch ohne Auto gut möglich
Mit öffentlichen Verkehrsmitteln kommt man überall hin
Alles einfach zu Fuß oder mit dem Rad erreichbar
Gute Erreichbarkeit mit Auto

Stärken

ANGEBOTSVIELFALT

Untersch. Täler – untersch. Möglichkeiten und Besonderheiten
Winter/Sommer; Abwechslung - Tal bis Hochalpin; jeder findet seines –
innovatives; buntes Angebot;

Sehenswürdigkeiten

Sterzing

Super Skigebiet zu normalen Preisen

MOBILITÄT

Erreichbarkeit (Autobahn); kein Durchzugsverkehr; vor Ort wenig Bedarf – gute
Möglichkeiten mit ÖV; Alles schnell erreichbar

MENSCHEN - BEVÖLKERUNG

Grundsätzliche Kooperationsbereitschaft; Funktionierende Vereinswesen;
Menschen bleiben/Jungen übernehmen Betriebe; Zusammenhalt man schaut
aufeinander (Schulmensen)

Ruhe, nicht überlaufen

Familiär, freundlich, gesellig, Einheimische
können mit Touristen umgehen

Gut organisierte Tourismusverein,
Betreuung Netzwerk und Infrastrukturen
(z.B. Wege), „Kümmerer“, handelt im Sinne
der MGL

Gut organisierte
Angebotspakete in den 3
Tälern

Vereinsleben – 100 Vereine –
man kennt sich

Zusammenspiel Urlaub auf dem Bauernhof
- Hotels

Schwächen

MOBILITÄT

Verkehrsproblem Spitzenzeiten insb. Richtung Ridnauntal; Verkehrslärm
Jaufenpass; Fehlende Anbindung an int. Bahnverkehr Sterzing; gewisse
Fraktionen schwer zu erreichen; 7 Fraktionen, kein Zentrum – zerstreut;
Individuelle Mobilität der Einheimischen zur Arbeit

Fehlende Arbeitskräfte

Bekanntheit

Kirchturmdenken

Einkauf lokaler
Serviceleistungen

Organisation bäuerliche Betriebe um ihr
aktuelles Angebot zu präsentieren

Partizipation der
Bevölkerung

Zusammenarbeit in gewissen Bereichen

Energie

Strukturierter, organisierter
Radtourismus

Nachhaltigkeit in der
Gemeindepolitik

Verlust Kulturlandschaft –
Bauernhöfe nicht mehr
bewirtschaftet

Damit sich Gast wohlfühlt
müssen sich die EH wohlfühlen

Information der Bevölkerung was in der Gemeinde passiert/geplant
ist

Chancen

WERTSCHÄTZUNG

Gegenüber dem was da ist – der Natur/den Menschen und dem, was sie tun:
Bauern, Touristikern, Bevölkerung. Zusammenhalt

Erhalten was da ist – nicht mehr machen, sondern das zu pflegen was schon da ist; das sind wir – das suchen die Menschen – andere Wege/Positionierung als Gröden, Schenna, Dorf Tirol etc.

Leistbarer Tourismus; Auslastung zu korrektem Preis;

Naturwellness anstelle Wellnesstempel

Bewusster Verzicht der Gäste - Einbeziehung in die NH-Gedanken (guter Moment)

Regionale Kreisläufe - Angebot der Bauern bündeln – Veränderung der Anbaukultur

Fahrradwegnetz auch für Einheimische

Charme der 4 Jahreszeiten – gute Höhenlage. Nebensaisonen stärken bzw. stabilisieren (10 Monate zu guten Preisen – keine Preisschlacht)

Offline die Ruhe

Gute Erreichbarkeit. Liegt an Nord-Süd Achse. Nutzung BBT; Zugverbindung von IBK; Angebotspakete in Kombination mit Zuganreise

Bevölkerung involvieren – Begeisterung auslösen – EH involvieren, um zu verstehen was gebraucht wird

Vorbildfunktion – kleine Region kann auch andere mitziehen

Nahversorgung in den Fraktionen

Bestehendes (z.B. Sehenswürdigkeiten) besser sichtbar machen - erhalten

Kooperations-Marketing Ratschings & Sterzing ausbauen

Attraktion angenehmes Klima

Risiken

GLEICHGEWICHT Tourismus – Bevölkerung KIPPT
Neid – der Zusammenhalt geht verloren

Abwanderung (der jungen Bevölkerung)

Vereinsleben geht verloren

Bauern können aufgrund der erwirtschafteten Leistung nicht überleben. Bauernhöfe sterben

Verminderte Erreichbarkeit aufgrund veränderter Infrastrukturen

Klima (Schneemangel, Unwetter, Trockenheit, Gletscherrückgang, ..)

Mittelstand bricht weg. Touristen können sich den Urlaub nicht mehr leisten

Großen reduzieren Preise, um Häuser zu füllen -

Angst vor Natur: Bär/Wolf/Kuh/Felsstürze

Verlust Attraktivität durch Zerstörung

Entwicklungsmodell _ Zusammenleben

- Wir müssen uns jetzt die Frage stellen, was **Qualität** hier bei uns für die Zukunft bedeutet? – Pioniergeist; wir haben Prioritäten
- **Keine Massen** und wir sind eine lebenswerte Region für alle Generationen
- Harmonische **Zusammen-leben** Gast und Einheimische
- **Gemeinsame Weg** von großen und kleineren Strukturen; Bewusstsein der Auswirkungen des eigenen Handelns auf das System – Gemeinwohl wird bewusst gelebt
- **Lebenswert** für Einheimische
- Erschwinglicher Wohnraum und Serviceleistungen für **junge Familien** (z.B. Kinderbetreuung)
- Kleine Hütte mit Familie auf Wiese und Gäste spazieren dort vorbei (Familie, Tradition, Natur)
- Zentrum – z.B. Stange. Wo sich auch **junge Leute** treffen können
- In jeder Fraktion **Grundschule und Nahversorgung**

Bevölkerung

- Breitere **Partizipation** der Beherbergungsbetriebe
- Funktionierende partizipative Entscheidungsprozesse; die **Bevölkerung ist involviert**
- **Gemeinsam** tun, entwickeln, umsetzen
- Bevölkerung **liebt** die Region

(Tourismus-)Destination Allgemein

- Sauber, gepflegt gut organisierte Destination mit vollständigem **Serviceangebot** für Gäste und Einheimische
- Gäste fahren mit dem Gefühl nach Hause – „Es hat sich ausgezahlt – die haben **das richtig gemacht**“. Gäste kommen wieder - Stammgäste
- Original, ländlich, jedes Tal hat **was Besonderes**
- Gäste machen schönen unbeschwerten Urlaub **ohne schlechtes Gewissen**; wahres, tolles Erlebnis
- **Gesund** schlafen und essen
- Echte **ganzheitliche Nachhaltigkeit** – Produkte, Mobilität, Müll, Energie, ...

Ressourcenschonung

- Der Besucher merkt aber, dass hier etwas **anders ist** (z.B. überall Mülltrennung, ausgewiesene Wassernachfüllstellen, Einsatz natürlicher Baumaterialien)
- Wir sind **energieautrak** aus regenerativen Quellen
- **Gesunde Natur**
- **Erhaltene Strukturen/Gebäude**
- Landschaft (Almen usw.) sind im **gleichen Zustand** wie 2023 – oder einem besseren

Sanfte Mobilität

- **Starke und verbesserte Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel** für die Anreise und die Mobilität vor Ort

Regionalität - Landwirtschaft

- Wir **leben und essen regional** (Kontakt zu Land-Leute-Produkte)
- **Regionale Produkte und Kreisläufe**
- Gesunde und **rentable Landwirtschaft**

Wo steckt die Energie?

KONTROLLIERTES WACHSTUM

Erhalten /
Bewahren

Innovation,
Entwicklung,
Evolution

Mut

*RESSOURCENEFFIZIENZ &
UMWELTSCHUTZ*

Regionalität &
Unabhängigkeit

Zusammen-Leben /
Geselligkeit

*NATUR &
KULTURELLES ERBE*

BEZIEHUNGEN & RESONANZ

Partizipation /
Beitrag / Teil sein

Ruhe

Vielfältiges
Angebot,
naturverbunden

Stolz auf
Tourismus

KOOPERATION



MISSION & VISION

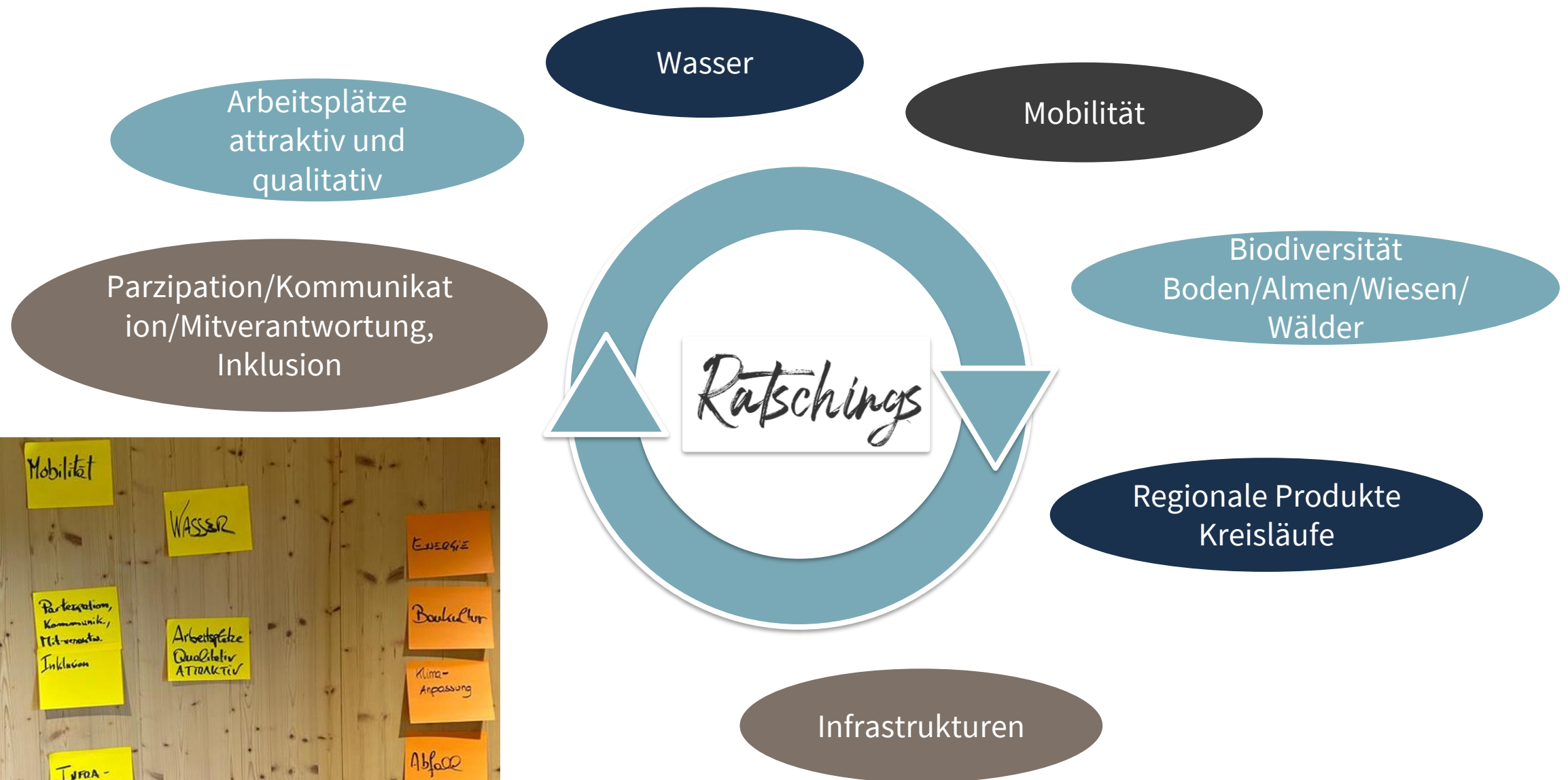
Wir sind eine lebendig-authentische, klimaverantwortliche Region, die mit lokalen Kreisläufen für Gäste, Einheimische und Mitwirkende gleichermaßen attraktiv ist.

Unsere Entscheidungen treffen wir zugunsten von Mensch und Natur.

Unsere Dörfer sind lebendiger Ausdruck für generationenübergreifendes Zusammenleben, geprägt von Zusammenhalt und gegenseitigem Respekt zum Erhalt unserer Vielfalt und Tradition.

**Wir inspirieren Ruhe, Naturverbundenheit und aktives Erlebnis.
Mit Verantwortung und Kreativität bewahren und gestalten wir
alle gemeinsam unseren Lebensraum - unsere Tradition.**

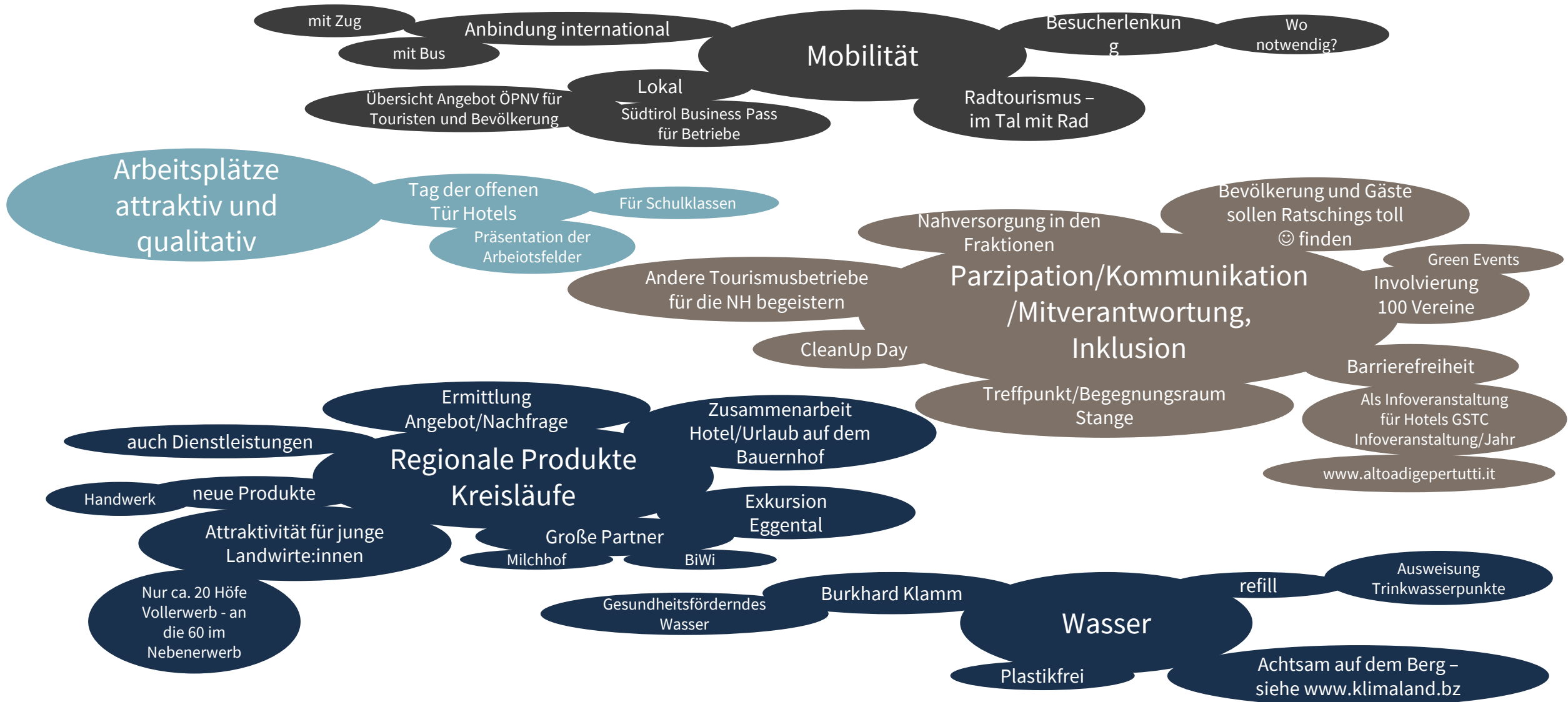
STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER



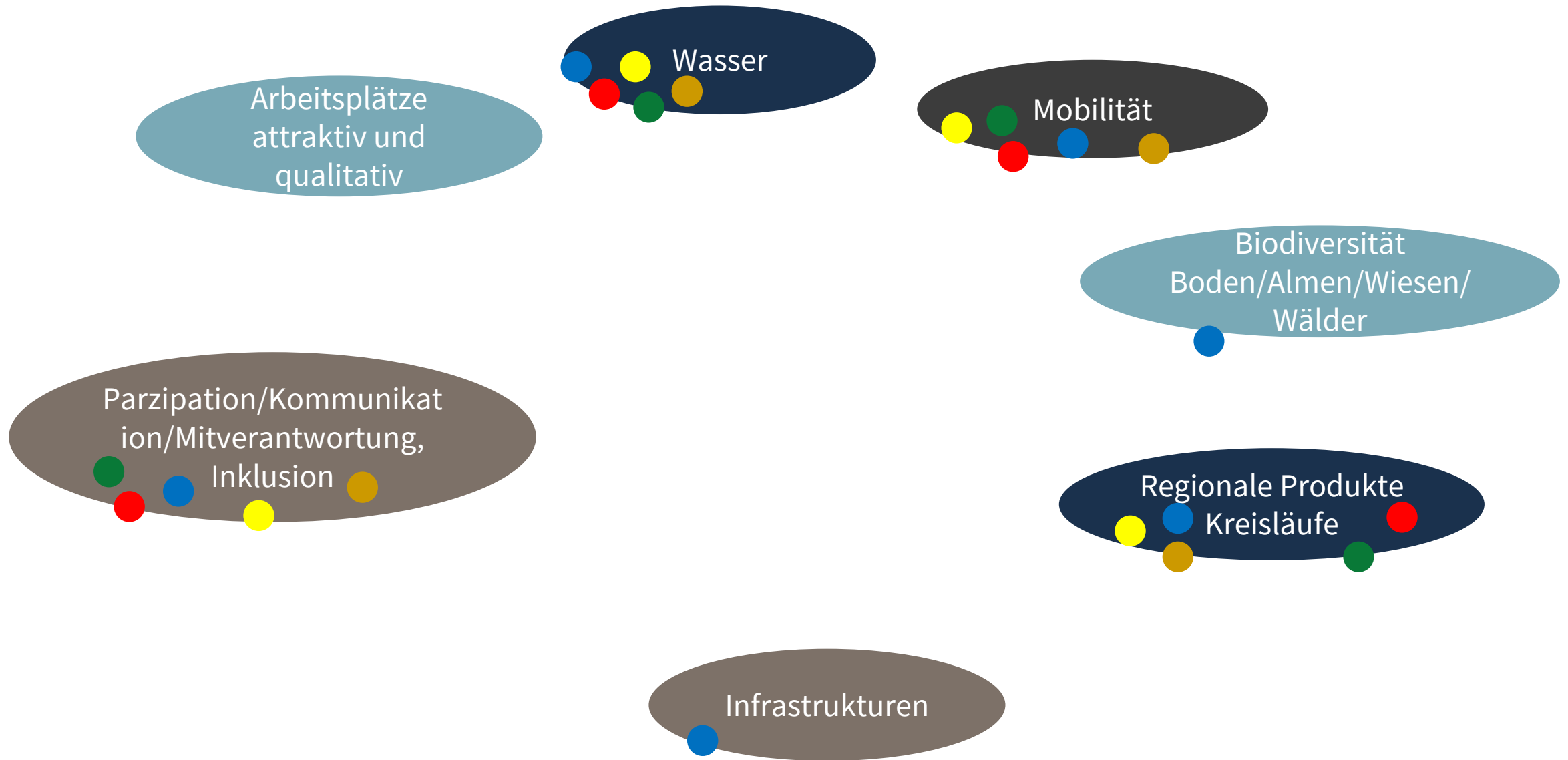
HANDLUNGSFELDER - IDEEN

Ratschings

terra
institute



PRIORISIERUNG (KURZFRISTIG)





- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde

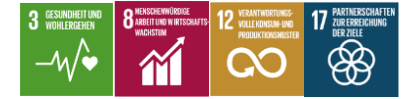
REGIONALE PRODUKTE/KREISLÄUFE



<p>Ziel:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Bewusstsein bei allen Beteiligten über <u>Wichtigkeit/Nutzen (alle wissen warum): Wertschöpfung + ...</u> o <u>Win-Win Hersteller-Verarbeiter-Konsument-lokale_Gemeinschaft</u> o <u>Transparenz vermitteln</u> o <u>Autentizität vermitteln</u> o <u>Kleine Mengen/Hersteller.Chance geben & gewisse «Kontinuität»</u> o <u>Einzigartige Produkte</u> o <u>many to many -> nicht 1 zu 1</u> 	<p>Erfolgsfaktoren und Abgrenzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Produktspektrum: <ul style="list-style-type: none"> • Gemüse • Produkte von der Ziege • Fleisch • Honig • Eier • Getreide? • Frischmilch? • Regio Brot? 	<p>Koordinator:in: Andrea Wieser (Ratschings Tourismus)</p> <p>Team:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alexander Plattner (Wippland www.wippland.com) • Peter Wieser (Wippland www.wippland.com) • Matthias Braunhofer (Landwirtschaftsreferent) • Simon Volgger (Bauernjugend) • Thomas Zössmayer (BioHof Waldförster) • Fabian Trenkwalder (Ortsobmann HdS - Walcher Bakery) • Stefan Volgger (Erlebnisort Gassenhof) • Hannes Rainer (Naturhotel Rainer) • Vera Schölzhorn (Ratschings Tourismus) • Thomas Gschließer (Ratschings Tourismus) • Walter Schölzhorn (Hotel Larchhof) • Matthias Polig (Hofkäserei Burghof)
---	--	---



REGIONALE PRODUKTE KREISLÄUFE



Ziel:

- Bewusstsein bei allen Beteiligten über Wichtigkeit/Nutzen (alle wissen warum): Wertschöpfung +....
- Win-Win Hersteller-Verarbeiter-Konsument-lokale_Gemeinschaft
- Transparenz vermitteln
- Authentizität vermitteln
- Kleine Mengen/Hersteller Chance geben & gewisse «Kontinuität»
- Einzigartige Produkte
- many to many -> nicht 1 zu 1

Erfolgsfaktoren und Abgrenzungen:

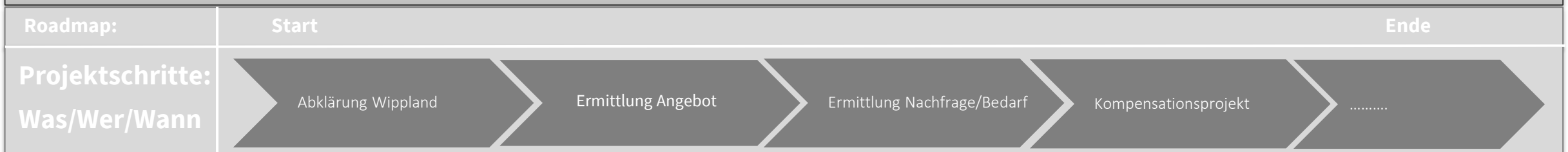
- Produktspektrum:
 - Gemüse
 - Produkte von der Ziege
 - Fleisch
 - Eier
 - Getreide?
 - Frischmilch?
 - Regio Brot?

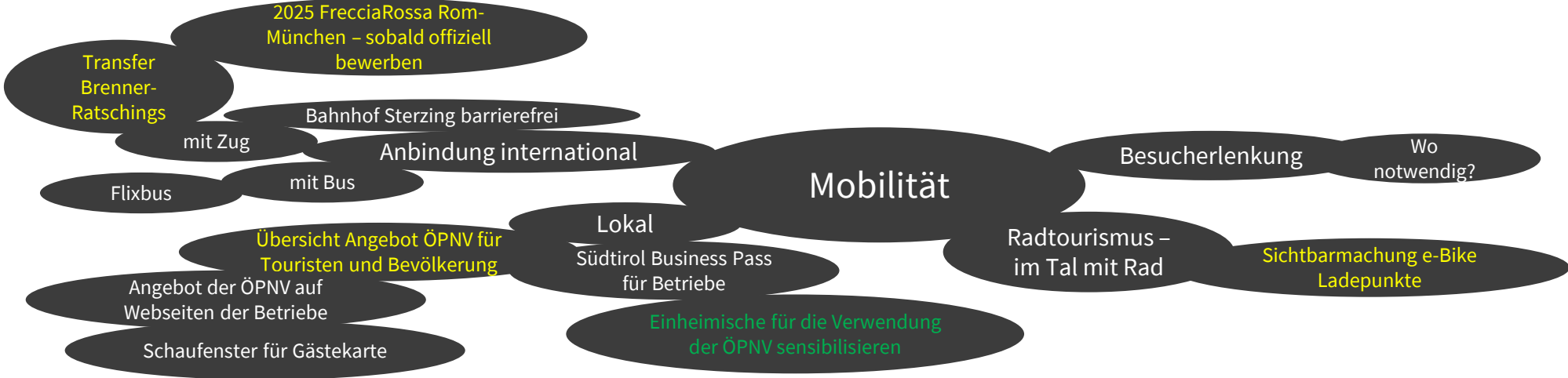
Koordinator:in: Andrea Wieser (Ratschings Tourismus)

Team:

- Alexander Plattner (Wippland www.wippland.com)
- Peter Wieser (Wippland www.wippland.com)
- Matthias Braunhofer (Landwirtschaftsreferent)
- Simon Volgger (Bauernjugend)
- Thomas Zössmayr (BioHof Waldförster)
- Fabian Trenkwald (Ortsobmann HdS – Walcher Bakery)
- Stefan Volgger (Erlebnisort Gassenhof)
- Hannes Rainer (Naturhotel Rainer)
- Vera Schölzhorn (Ratschings Tourismus)
- Thomas Gschließer (Ratschings Tourismus)
- Walter Schölzhorn (Hotel Larchhof)
- Matthias Polig (Hofkäserei Burghof)

Projekt 1: Kooperationsprojekt Tourismusbetrieb-Landwirt ... inkl Koordinationsstelle





- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde

Projekt:

Ausrollung «Südtirol Guest Pass» in der Region

Ziel:

- Betriebe geben Informationen zu Südtirolkarte komplett weiter und bewerben die Benutzung der ÖVPN

Termin:

- Ende April 2024

Koordinator:in:

Vera Schölzhorn

Team:

- Norbert Haller
- Stefan Volgger
- Thomas Zössmayr

Was: Busverbindung
Telfes – Mareit (+2km)
Gespräche einleiten

Wer: Thomas Z.
Wann: Dezember
2023

Was: Anregung Gemeinde
Informationskampagne
Gewerbebetriebe für die Nutzung
des Südtirol Pass business

Wer: TO
Wann: Januar 2024

Was: Klärung ob die
Busfahrzeiten auch mit den
Regionalzügen abgestimmt
sind (für Info in Flyer)

Wer: Norbert H.
Wann: Januar 2024

Was: Neugestaltung
Flyer Mobilitätskarte-
Angebote

Wer: TO
Wann: März 2024

Was: Sensibilisierung Tourismusbetriebe
über Newsletter zum Einbau Infos zu
alternativen Anreisemöglichkeiten
(Flixbus, Bahn bis Brenner...)

Wer: TO
Wann: März 2024

Was: Webinar zur
Erklärung des neuen
Südtirol Guest Pass
für MA:innen Hotels

Wer: TO
Wann: April 2024?

Was: Auswertungen Nutzung Südtirol Guest
Pass und Infoweitergabe an Betriebe und ev.
Korrekturmaßnahmen

Wer: TO
Wann: November 2024?



- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde

PARTIZIPATION/KOMMUNIKATION/..



Projekt:

Veranstaltungen (Going Green Events bzw. Green Events) – Sensibilisierung Vereine

Ziel:

- Koppelung Beiträge an Vereine an Nachhaltigkeitskriterien um die Vereine dazu zu bewegen, ihre Veranstaltungen als Green Events zu organisieren und damit Vereinsmitglieder:innen und Bevölkerung bzgl. NH sensibilisieren.

Termin:

- März 2024

Koordinator:in:

Andrea Wieser

Team:

- Hannes Rainer
- Thomas Gschließer
- Fabian Trenkwalder
- Andreas Rainer

Was: Ausarbeitung Kriterienkatalog/Leitfaden welcher an Gemeinde/Bürgermeister übergeben wird.

Wer: Andrea/Vera
Wann: Dezember 2023

Was: Präsentation des Kriterienkatalogs/Leitfaden welcher an Gemeinde/Bürgermeister

Wer: Thomas
Wann: Januar 2024

Was: Info an Vereine, dass für die Ansuchen um den ordentlichen Beitrag bestimmte Auflagen in Bezug auf Nachhaltigkeit eingehalten werden müssen

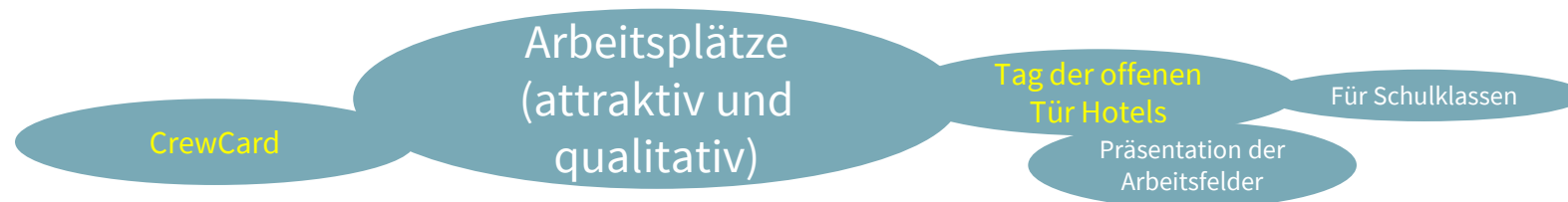
Wer: Gemeinde
Wann: Januar 2024 (Termin Beitragsansuchen 31.01.2024)

Was: Info an Veranstaltungen, welche von Ratschings Tourismus gesponsert werden, dass sie die Kriterien einhalten müssen um in den Genuß des Sponsorbeitrages zu kommen (Ratschings Mountain Trails, EM und Weltcupodeln in Jaufental, Almbetriebe in Jaufental und Ridnaun, Veranstaltungen auf den Almen in Ratschings)

Wer: TO
Wann: Januar 2024

Was: Beschaffung und Organisation Verleih von personalisiertem Mehrweggeschirr der Region Ratschings (auch ein Weiterverkauf an Vereine ist anzudenken)

Wer: TO
Wann: Februar 2024



- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde

ARBEITSPLÄTZE (ATTRAKTIV/QUALITATIV) *Ratschings*

Projekt:

Realisierung CrewCard für MA:innen im Tourismusbereich und der Gemeinde Ratschings

Ziel:

- Bindung und Erhöhung Attraktivität der Arbeitsplätze

Termin:

- Noch zu definieren

Koordinator:in:

Andrea Wieser

Team:

- Hannes Rainer
- Thomas Gschließer
- Fabian Trenkwald
- Andreas Rainer

Was:

Wer:

Wann:

Was:

Wer:

Wann:

Was:

Wer:

Wann:

Was:

Wer:

Wann:



- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde

BIODIVERSITÄT BODEN/ALMEN/WIESEN..

Ratschings



- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde



- Mögliche Projekte für TO
- Mögliche Projekte für die Gemeinde

Ed Hawkins, University of Reading, [CC BY 4.0, https://showyourstripes.info/s/globe](https://showyourstripes.info/s/globe)

Ratschings

EMPOWERING
RESPONSIBLE
GROWTH

terra 
institute