

A person in a blue jacket and orange backpack stands on a snowy balcony, looking out over a mountain valley. Another person in a green jacket and red backpack is visible in the background. The scene is set in a snowy, mountainous area with a clear blue sky.

# TOURISMUSFORUM 2023 WINTERSEHNSUCHT DAS ENDE VOM WINTER, WIE WIR IHN KENNEN.

# ST ELM

Mutige Initiativen für einen  
zukunftsfähigen Tourismus.

mit Martin Schobert  
Managing Partner,  
Saint Elmo's Tourism

München – Salzburg – Wien – Berlin –  
Freiburg – Hamburg – Innsbruck –  
Salzburg – Villach – Zürich – Mailand



# ST ELV

HOUSE  
OF COMMUNICATION

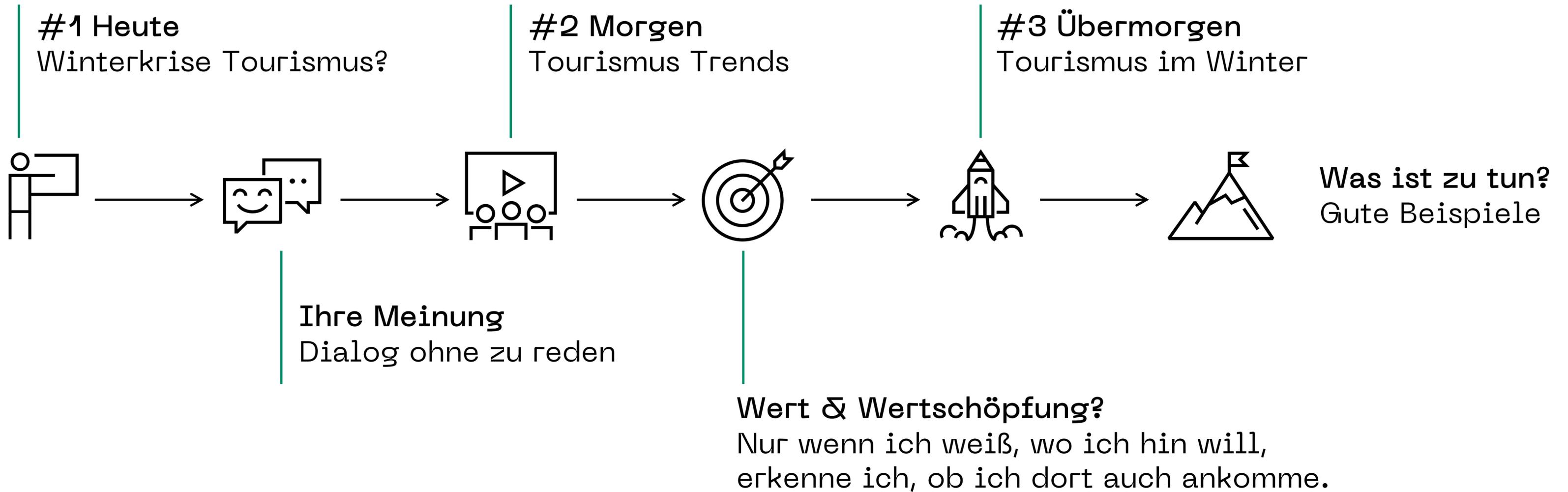


# MAG. MARTIN SCHOBERT

## Managing Partner

- Markenerlebnisgestalter und Destinationsfachmann
- 25 Jahre Erfahrung im Destinations- und Tourismusmanagement
- 12 Jahre Österreich Werbung, Chief Digital, Head of Research & Developm.
- Seit 2010 selbstständig mit Tourismusdesign, einem Büro für Produkt- und Markenentwicklung, Integration 2017 in Saint Elmo's Tourism
- Entwicklung und Begleitung touristischer Destinationen Kernkompetenz: Marken, Masterpläne, Drehbücher, (digitale) Konzepte, Zukunftsfähigkeit

# AGENDA



**DAS ENDE VON WINTERURLAUB,  
WIE WIR IHN KENNEN.**



# **#1 HEUTE WINTERKRRISE TOURISMUS?**



# 600 JAHRESRINGE WACHOLDER 2.000M BESTÄTIGEN

## SCHNEE WENIGER

..., Schneedaten von vor der Industrialisierung im 19. Jahrhundert nötig. Konkrete Messungen aus dieser Zeit sind kaum verfügbar, doch eine Alternative fand die Arbeitsgruppe nun in den Jahresringen von Wacholdersträuchern.

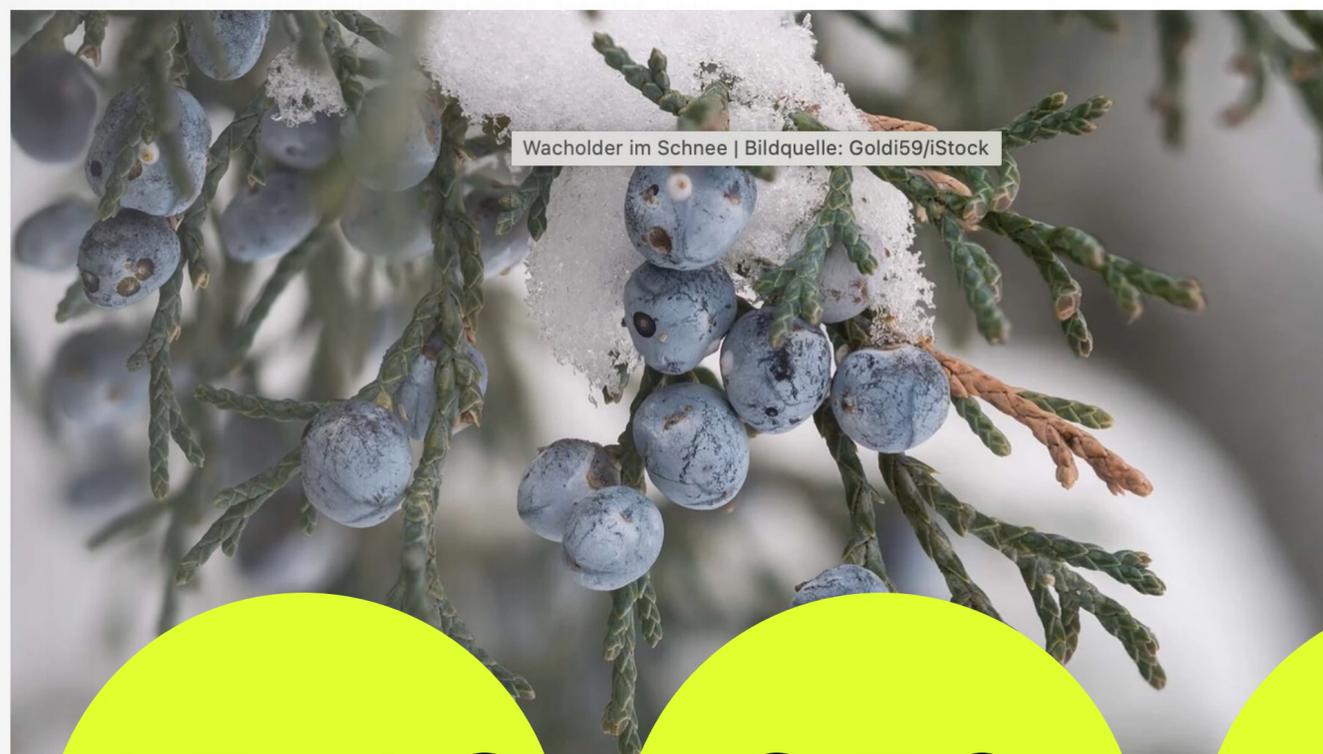
... aus der Breite der Jahresringe auf die Dauer der Schneeabdeckung schließen, da die am Boden wachsenden Sträucher nicht wachsen, während sie von Schnee bedeckt sind, bilden sich die Jahresringe immer erst nach der Schneeschmelze ...

Schneearchiv der vergangenen sechs Jahrhunderte: Zwischen dem 15. und 19. Jahrhundert war die Schneedecke im Val Valentina durchschnittlich etwa 250 Tage pro Jahr geschlossen. Seither verkürzte sich die Dauer der Schneeabdeckung bis heute um 36 Tage. Dieses Verhalten steht somit in einem klaren Zusammenhang mit der Erderwärmung der vergangenen Jahrzehnte.

/ Erde / Nachrichten / 2023

### Schnee in den Alpen wird immer weniger

Jan Oliver Löffken | 12.01.2023



15-19

Jahrhundert

250

Tage geschlossene  
Schneedecke

- 36 T

Schneeabdeckung  
heute verkürzt

# SCHNEESTUDIE 1971-2019

# 100 JAHRE: SCHNEERÜCKGANG WENIGER!

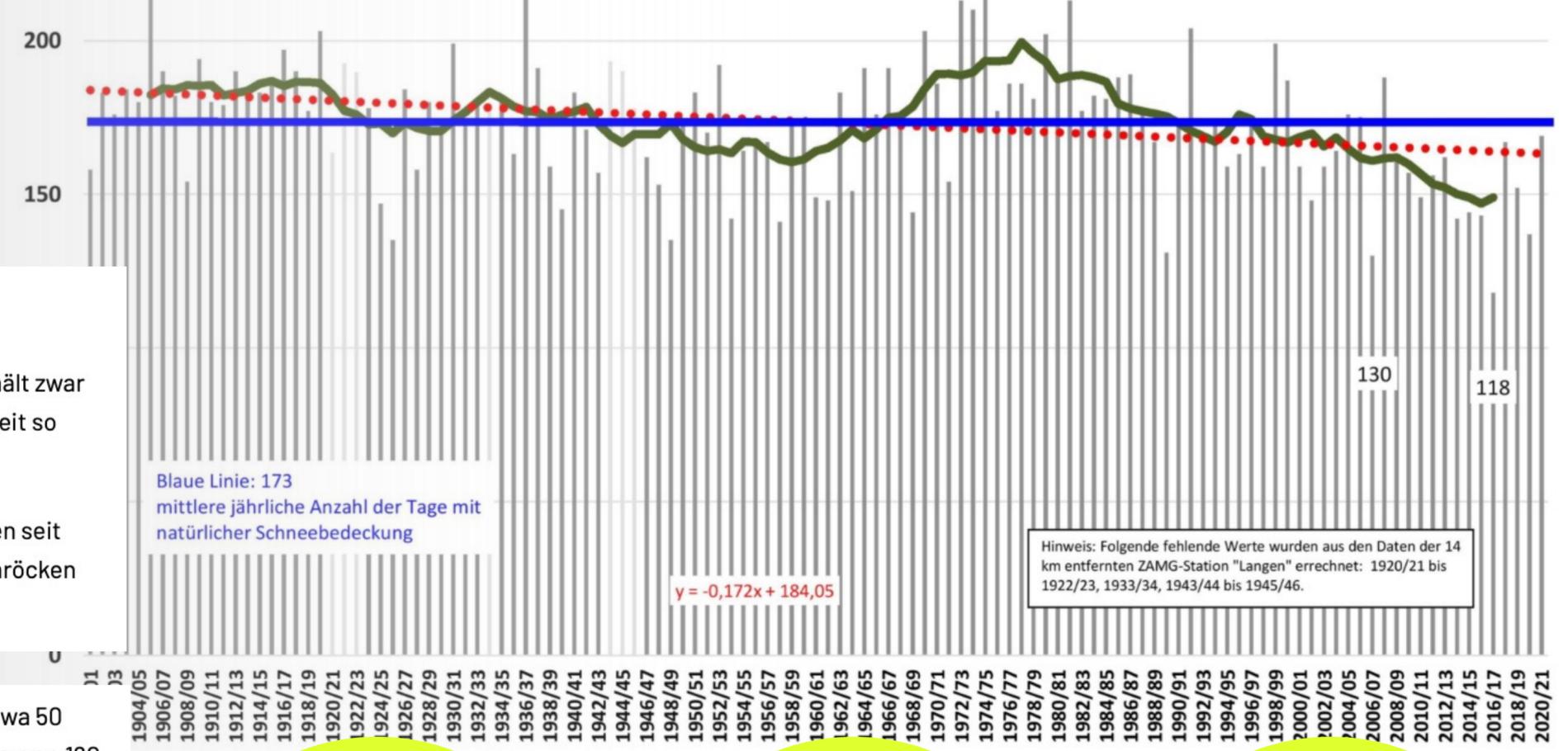
Tage mit natürlicher Schneebedeckung in Schröcken (1.263 m)

121 Jahre: 1900/01 bis 2020/21

Grün: Gleitendes 10-jähriges Mittel. Rot: Lineare Regression (Trendlinie)

Daten: ZAMG

ABBILDUNG 1  
Schneehöhen in Schröcken  
(Vorarlbera) von 1900/1901



## Was nicht in der Studie steht

Nun stößt die Studie auf Kritik. Schneexperte Günther Aigner vom FORUM ZUKUNFT SKISPORT hält zwar insgesamt die Abnahme der Schneebedeckungsdauer seit 1971 um 22 bis 34 Tage plausibel: „So weit so gut. Die Studie ist völlig korrekt. Doch viel interessanter ist das, was NICHT in der Studie steht.“

Laut ihm ist der springende Punkt, dass die 1970er-Jahre die längsten Schneebedeckungsperioden seit mehr als 125 Jahren brachten. Deutlich zu sehen sei dieser „Buckel“ im Chart an den Stationen Schröcken (Vorarlberg, Abb. 1) und Fieberbrunn in Tirol (Abb. 2).

„Wir sehen an den Schröcken-Daten (Abb. 1), dass seit den 1970er-Jahren die Winter sogar um etwa 50 Schneetage „kürzer“ wurden, von etwa 200 auf etwa 150. In Fieberbrunn (Tirol, Abb. 2) um 36 Tage, von 160 auf 124“, betont Aigner.

Insgesamt aber würden wir in Schröcken seit Aufzeichnungsbeginn eine Abnahme von lediglich 17 Tagen pro 100 Jahre sehen. In Fieberbrunn gar nur um 1,3 Tage pro 100 Jahre. Siehe dazu jeweils die lineare Regression (= rote Linie samt dazugehörige Formel).

**-17**  
Schneebedeckung  
auf 1.263 M

**Tage**  
Abnahme

**100**  
Jahre

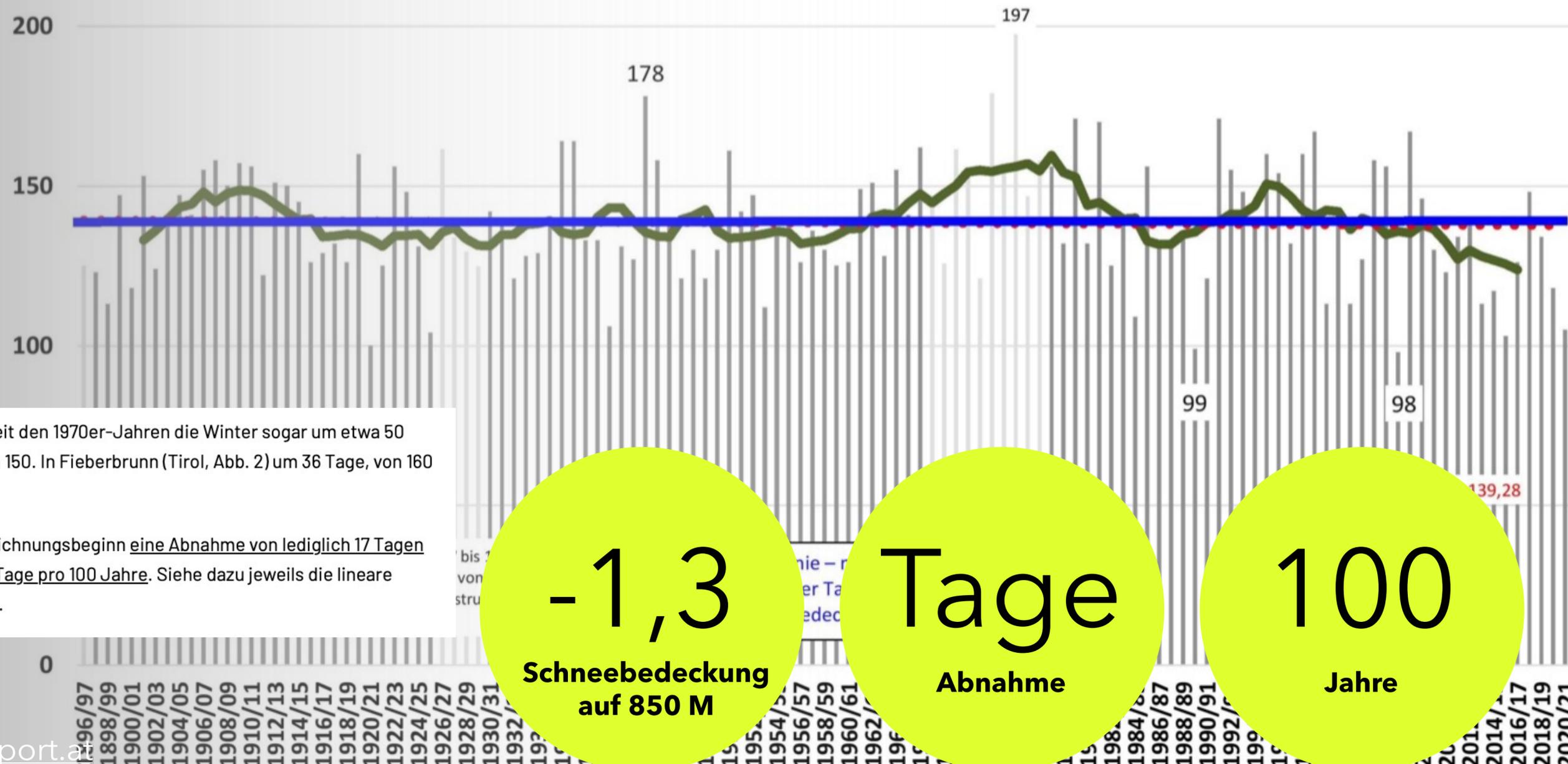
# SCHNEESTUDIE 1971-2019

# SCHNEERÜCKGANG LANGSAMER JE TIEFER!

(c) FORUM ZUKUNFT SKISPORT  
www.zukunft-skisport.at

ABBILDUNG 2

Schneehöhen in Fieberbrunn  
von 1896/1897 bis  
2020/2021.



„Wir sehen an den Schröcken-Daten (Abb. 1), dass seit den 1970er-Jahren die Winter sogar um etwa 50 Schneetage „kürzer“ wurden, von etwa 200 auf etwa 150. In Fieberbrunn (Tirol, Abb. 2) um 36 Tage, von 160 auf 124“, betont Aigner.

Insgesamt aber würden wir in Schröcken seit Aufzeichnungsbeginn eine Abnahme von lediglich 17 Tagen pro 100 Jahre sehen. In Fieberbrunn gar nur um 1,3 Tage pro 100 Jahre. Siehe dazu jeweils die lineare Regression (= rote Linie samt dazugehörige Formel).

**-1,3**  
Schneebedeckung  
auf 850 M

**Tage**  
Abnahme

**100**  
Jahre

# SCHNEESTUDIE 1971-2019

# SCHNEERÜCKGANG LANGSAMER JE TIEFER!

Tage mit Schneebedeckung pro Jahr – Kirchberg in Tirol (830 m)

120 Jahre: 1903/04 bis 2022/23

Daten: Amt der Tiroler Landesregierung (Hydrographischer Dienst)

Grün: Gleitendes 10-jähriges Mittel. Rot: Lineare Regression

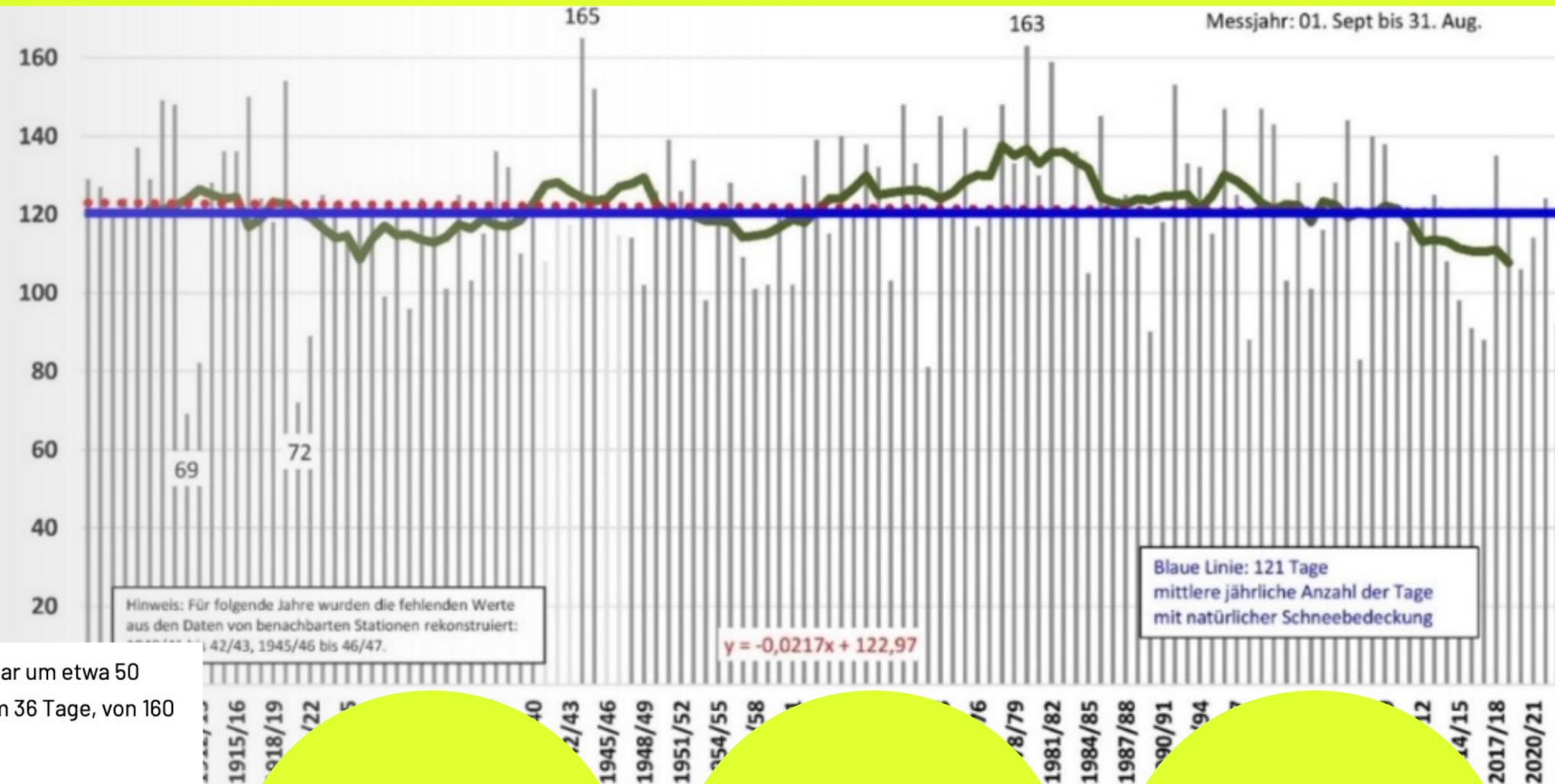


Der Schnee in Kirchberg in Tirol (830 m) seit 1896/97

22. März 2023

Skifahren und CO2: Muss man sich für das Skifahren schämen?

8. März 2023



„Wir sehen an den Schröcken-Daten (Abb. 1), dass seit den 1970er-Jahren die Winter sogar um etwa 50 Schneetage „kürzer“ wurden, von etwa 200 auf etwa 150. In Fieberbrunn (Tirol, Abb. 2) um 36 Tage, von 160 auf 124“, betont Aigner.

Insgesamt aber würden wir in Schröcken seit Aufzeichnungsbeginn eine Abnahme von lediglich 17 Tagen pro 100 Jahre sehen. In Fieberbrunn gar nur um 1,3 Tage pro 100 Jahre. Siehe dazu jeweils die lineare Regression (= rote Linie samt dazugehörige Formel).

-1  
Schneebedeckung  
auf 830 M

Tage  
Abnahme

100  
Jahre



**Travel  
Sustainable**

**BOOKING.COM**

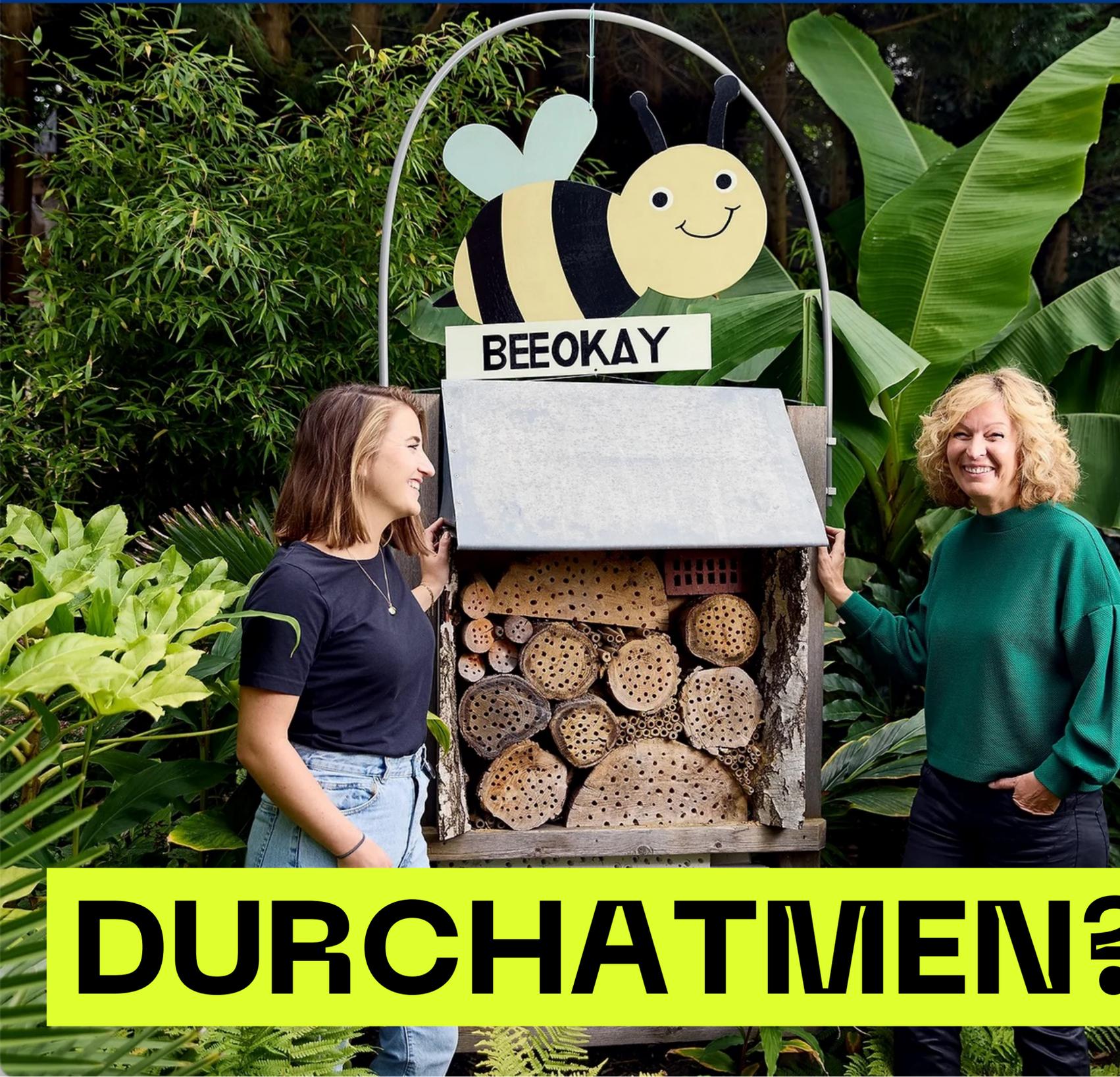
## Travel Sustainable

Our sustainability recognition programme, accessible to all partners worldwide.

We believe in making more sustainable travel choices easier for everyone. If done with respect for local communities, environments and biodiversity, travel can broaden horizons, reduce barriers and bring people closer together. We aim to promote a more sustainable travel industry, so we can collectively preserve a world worth

**DURCHATMEN?**





# DURCHATMEN?

## Our internationally recognisable and independently verified programme is now available for all properties

Our Travel Sustainable badge offers partners across the world recognition for their sustainability practices.

Booking.com has collaborated with industry experts, such as [Sustainalize](#), to identify a set of the most impactful practices for a property to consider in five key areas: waste, energy and greenhouse gases, water, supporting local communities and protecting nature. This foundational framework is currently further broken down into 32 specific sustainability measures or practices that properties can implement, including everything from eliminating single-use plastic toiletries or switching to LED light fixtures to running on 100% renewable energy sources or investing a certain percentage of profits into local community and conservation projects.

# ARBEITSKRÄFTEMANGEL

## Von Märchen bis Luxus: Tourismus kämpft um besseres Image am Arbeitsmarkt

Personal im Tourismus ist heiß begehrt, das sorgt für eine Trendumkehr am Arbeitsmarkt. Betriebe investieren ordentlich – nicht nur in mehr Gehalt und luxuriöse Unterkünfte, sondern auch in den Wohlfühlfaktor ihrer Mitarbeiter.



Im Schladminger Hotel Schwaigerhof wurden alle 70 Mitarbeiter zu Märchenfiguren gemacht

50 %  
der Mitarbeiter im  
Tourismus in  
Österreich

verlassen  
Tourismus-  
branche

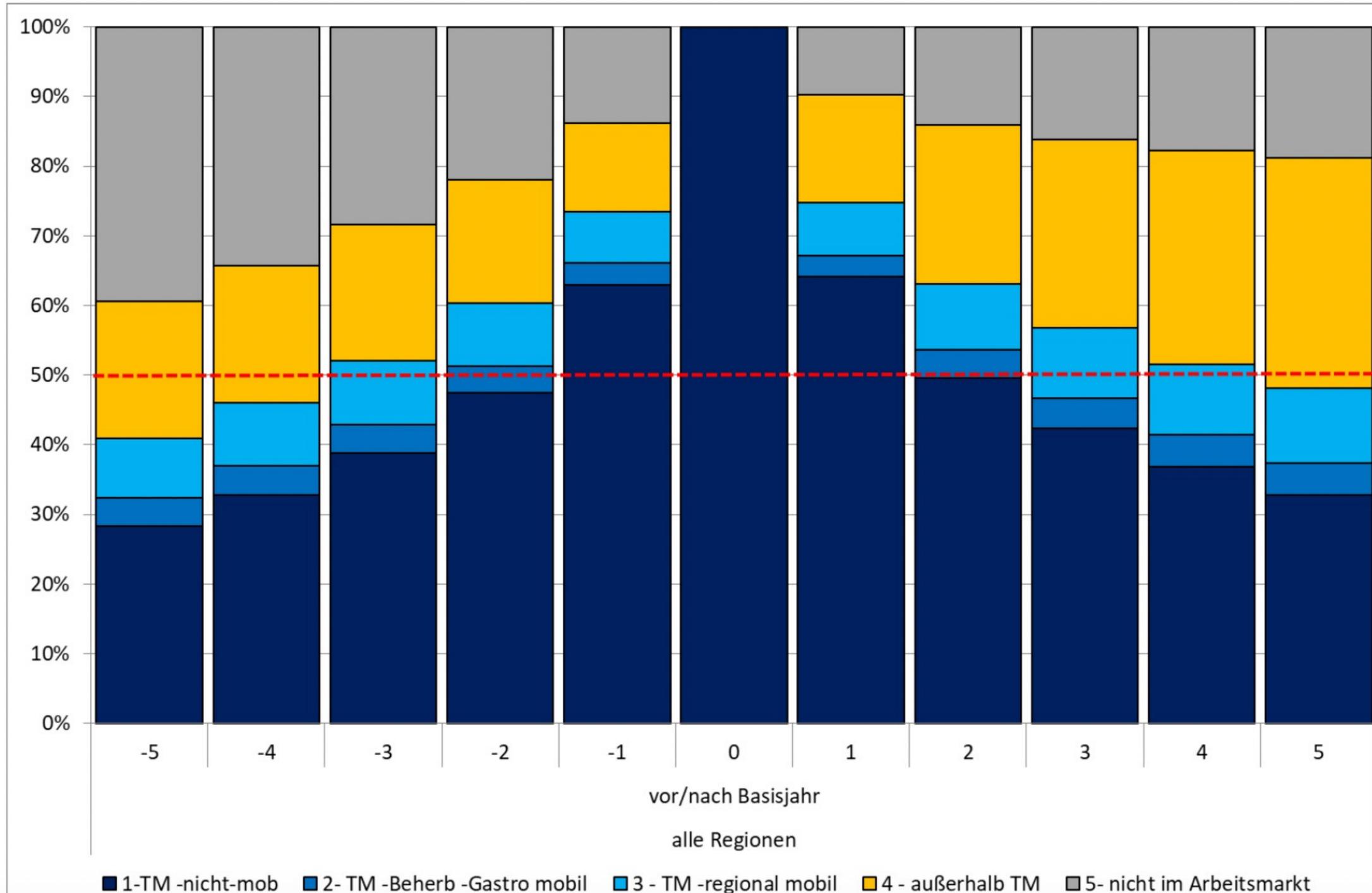
in 5  
Jahren

Quelle:

[https://www.kleinezeitung.at/steiermark/ennstal/6298298/Arbeitskraeftemangel\\_Von-Maerchen-bis-Luxus\\_Tourismus-kaempft-um](https://www.kleinezeitung.at/steiermark/ennstal/6298298/Arbeitskraeftemangel_Von-Maerchen-bis-Luxus_Tourismus-kaempft-um)

# ABGÄNGE ERSETZEN!

## Aufbau und Abbau von Beschäftigungsständen

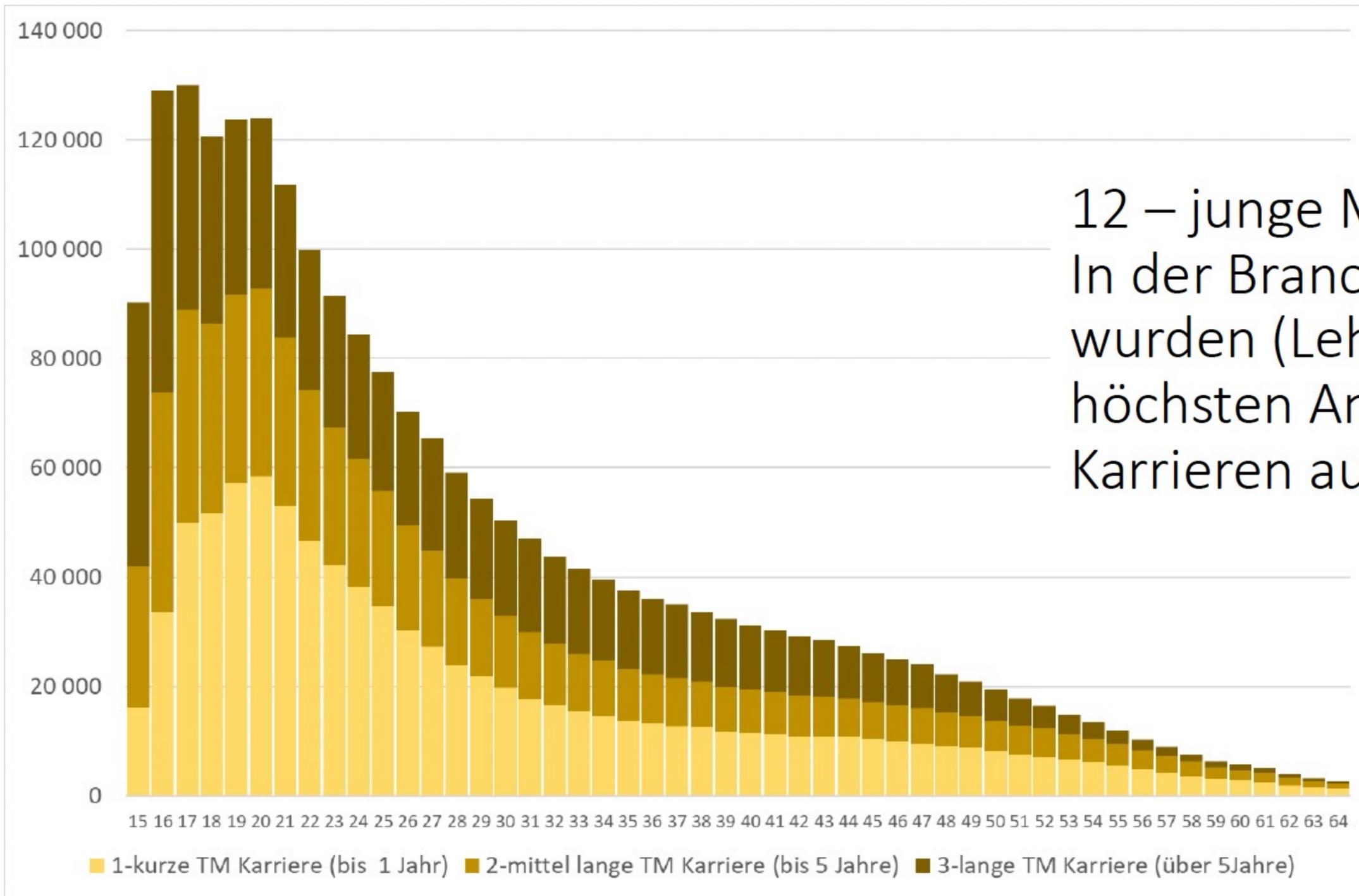


Von den 503k Beschäftigten des Jahres 2018 sind 137k 2019 nicht im Tourismus.

140k strömen 2019 in den Tourismus, die 2018 nicht in der Branche waren  
→ Wachstum von 3k

Innerhalb von 5 Jahren haben über 50 Prozent des Basisjahres den Tourismus verlassen.

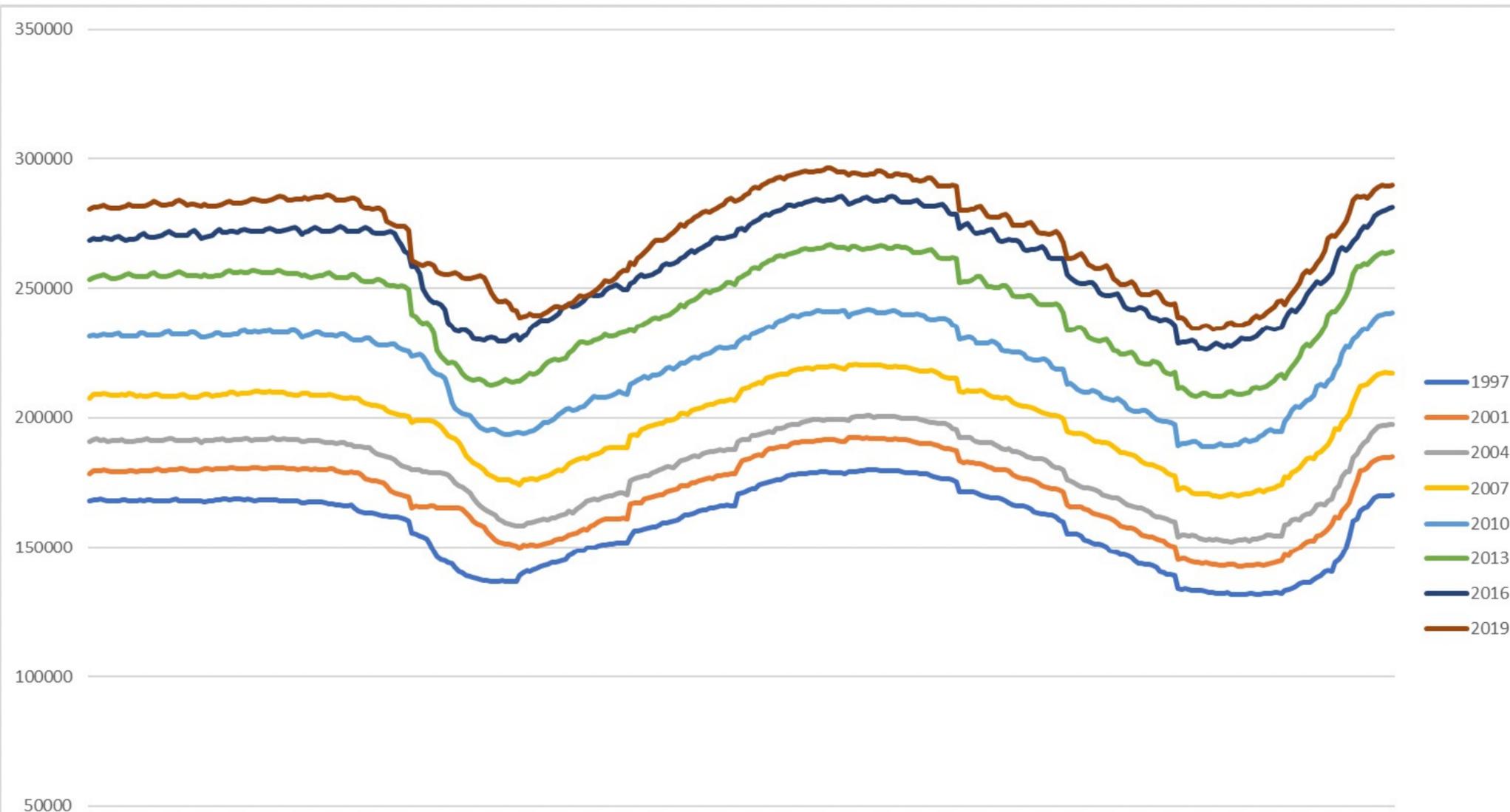
Herausforderung auf Firmenebene: Ersetzen von Beschäftigten



12 – junge MitarbeiterInnen, die  
 In der Branche ausgebildet  
 wurden (Lehre) weisen die  
 höchsten Anteile an langen TM  
 Karrieren auf

# WERTVOLL

# Beschäftigung im Tourismus 1997-2019



### 3 - saisonale Schwankungen

Die Produktion erfolgt: vor Ort, just-in-time, personalintensiv

Die Nachfrage schwankt im Zeitverlauf → Beschäftigung schwankt

### 4 - stabile Muster

Wachstum, aber: viele Indikatoren im Zeitverlauf stabil

**5 – Herausforderung:** Lage der Arbeitszeiten, Belastungen zu den Spitzen.

**ARBEITSKRÄFTEHOCH!**

**ES KOMMEN MEHR TOURISTEN, ABER SIE SPAREN MEHR:**

**INFLATION**

**+ Gäste geben weniger Trinkgeld im Restaurant:  
„Chefs sollten Kellner besser bezahlen“**



**-12%**

**1. Hälfte der  
Sommersaison  
in Österreich**

**reale  
Einnahmen  
Tourismus**

**gegenüber**

**2019**

Quellen: <https://www.ostseezeitung.de/lokales/vorpommern-greifswald/usedom/gaeste-geben-weniger-trinkgeld-im-restaurant-chefs-sollten-kellner-besser-bezahlen-SQ3PDEO36RAPTEAFALKL2X3KB4.html>

<https://kurier.at/wirtschaft/urlaub-tourismus-teuerung-inflation-es-kommen-wieder-mehr-touristen-allerdings-sparen-diese-mehr/402602282>

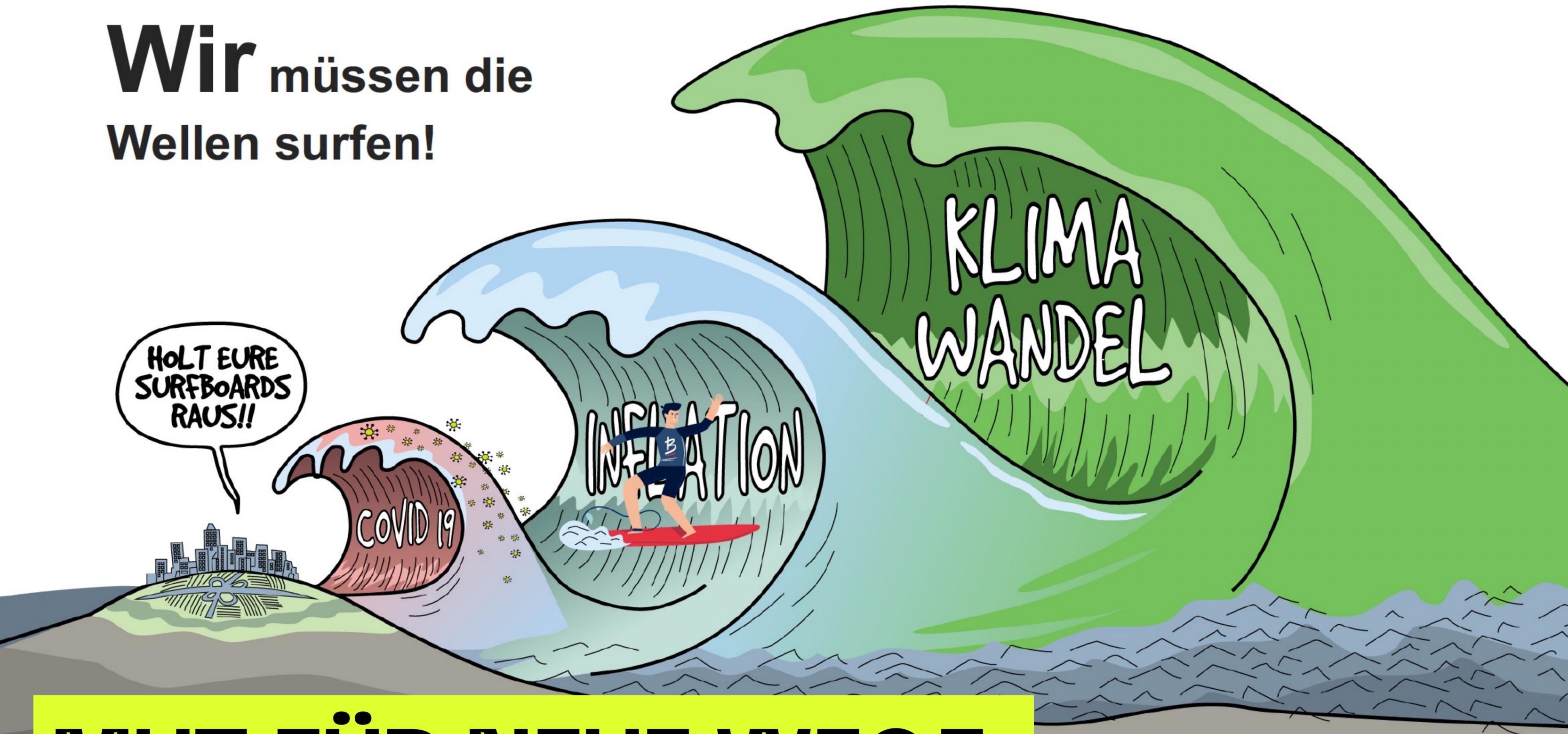
▶ Artikel anhören • 5 Min

**Trinkgeld ist in Deutschland eine freiwillige Leistung. Servicekräfte auf der Insel Usedom haben festgestellt, dass viele Gäste angesichts steigender**

# Wir müssen die Wellen surfen!



**Wir** müssen die  
Wellen surfen!



**MUT FÜR NEUE WEGE.**

**FAZIT VORAB: MUTIGES ZIEL  
GANZJÄHRIGEN TOURISMUS  
ALS NEUER WEG IM OSTALLGÄU**



# **#2 MORGEN TOURISMUS TRENDS**

Tourismusausblick

Trotz der nach wie vor vorhandenen Reiselust lassen die momentanen Rahmenbedingungen Verhaltensänderungen in der Wintersaison vermuten. Das zeigt der Tourismusausblick für unsere wichtigsten Herkunftsländer mit Stand Oktober 2023.

- **Prognosen Wintersaison schwieriger als sonst**
- **Reiseveranstalter gestiegene Preise, aber vorsichtig optimistisch, Nachfrage nach Skiurlaub Österreich bisher groß**
- **kürzere Aufenthaltsdauer**
- **Buchungen zurückhaltend eher kurzfristig vorgenommen, hohe Schneeabhängigkeit – Wunsch nach flexiblen Stornobedingungen**
- **Preis-Leistungs-Verhältnis scheint wichtiger als sonst zu sein**
- **Bedürfnis nach Budgetkontrolle während des Urlaubs**

Wirtschaft & Gesellschaft

Weltweit herrscht bis auf wenige Ausnahmen ein verlangsamtes Wirtschaftswachstum mit den schon bekannten Eckpunkten vor: Die Arbeitslosenrate ist verhältnismäßig gering, die Inflation schon wieder niedriger oder zumindest im Sinken begriffen. Sowohl die gestiegenen Zinsen als auch die hohen Lebenshaltungskosten führen zu einem zurückhaltenden Konsumverhalten. In den Medien dominieren Themen wie Sicherheit, Energie, Migration und Klimawandel.

Tourismus & Trends

Die Empfindungen der Branche schwanken zwischen Zuversicht und Verunsicherung. Die Reiselust ist nach wie vor groß, auch sind immer noch viele Reisen buchbar. Allerdings verringern sich die Reiselustarten und die Aufenthaltsdauer.

Die oben erwähnten Rahmenbedingungen führen zu längeren Aufenthalten, Reisen werden flexibler. Die Buchungen werden eher kurzfristig vorgenommen. Der Wunsch nach flexiblen Stornobedingungen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis wird wichtiger. Ein Bedürfnis nach Budgetkontrolle während des Urlaubs.

+

**Nachfrage Winter**

+/-

**Ausgabeverhalten**

spät

**Buchungsverhalten**



Ruth Rosendorf

Ansprechpartnerin für Trends

01 588 66 - 314

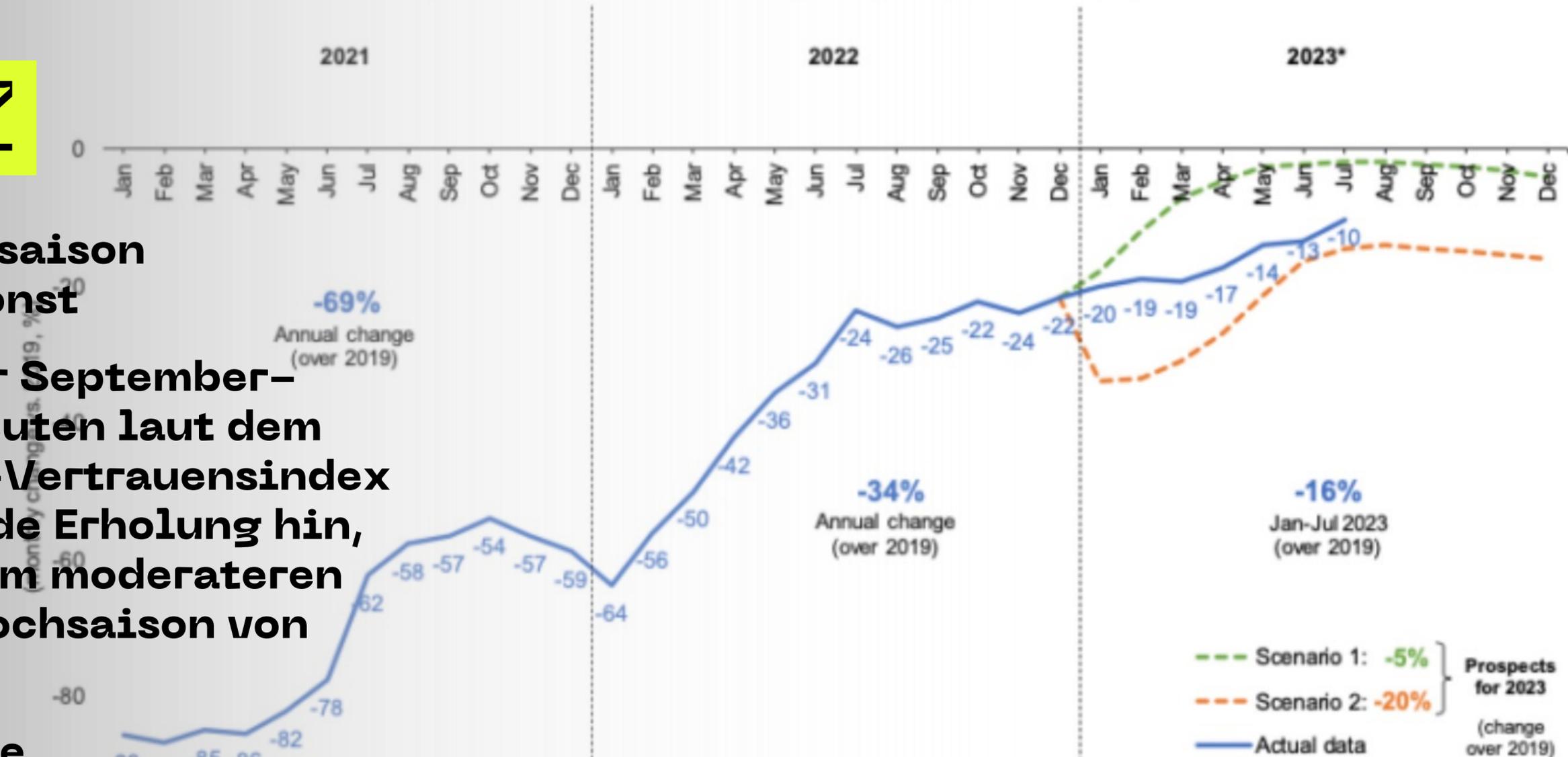
ruth.rosendorf@austria.info

# TRENDS

# SCHWEIZ

International tourist arrivals in 2021, 2022 and Scenarios for 2023 (monthly change over 2019, %)

- Prognosen Wintersaison schwieriger als sonst
- Die Aussichten für September-Dezember 2023 deuten laut dem neuesten UNWTO-Vertrauensindex auf eine anhaltende Erholung hin, wenn auch in einem moderateren Tempo nach der Hochsaison von Juni bis August.
- Das anspruchsvolle wirtschaftliche Umfeld könnte sich über den Rest des Jahres hinweg auf das Ausgabeverhalten auswirken, wobei Touristen zunehmend nach einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis suchen, näher zu Hause reisen und kürzere Ausflüge unternehmen.



+

Nachfrage Winter

-

Ausgabeverhalten

Nahziele

Buchungsverhalten

Quelle: [www.stnetch](http://www.stnetch)

# TRENDFORSCHUNG SCHWEIZ TOURISMUS

ST Trendforschung

## Tourism Trends 2022 & 2023.



# TRENDS MIT RELEVANZ OSTALLGÄU

## Eco awareness.

Conscious consumers have new eco priorities when planning trips and journeys.



Veggie Day - Eco-Hotel Cristallina, ©Kim Corpataux

Quelle: [www.stnet.ch](http://www.stnet.ch) Tourismus Trends 2022/23

## Off-grid & local experiences.

Engage with and participate in the local culture - off the beaten path.



Seealpsee Alfbauzug, ©André Meier



**Switzerland.**

# TRENDS MIT RELEVANZ OSTALLGÄU

## Nostalgia & family time.

Travel back in time on (multi)generation family trips.



Chaumont, Neuchâtel, ©Giglio Pasqua

## Off-grid & local experiences.

Engage with and participate in the local culture - off the beaten path.



Seealpsee Alfbauzug, ©André Meier



Yogaweg, San Nazzaro ©Jehona Abrashi



**Switzerland.**

# TRENDS MIT RELEVANZ OSTALLGÄU

## Rurbanisierung: Zukunftsraum Klein- & Mittelstädte

📅 18. Oktober 2023 👤 Von Edgar Eller

< >



Rurbanisierung ist ein Trend städtischer Entwicklung. Er bezeichnet die Verschmelzung von ländlichen und städtischen Merkmalen, insbesondere in den Randzonen von Großstadtregionen. Die jüngsten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen befeuern die Rurbanisierung nun auch auf der Ebene der Klein- und Mittelstädte.

Quelle: <https://www.stadtmarketing.eu/rurbanisierung/>

### Was bedeutet „Rurbanisierung“?

Rurbanisierung, eine Kombination der Wörter „rural“ und „urban“, beschreibt den **Entstehungsprozess eines neuen vorstädtischen Lebensstils**. Im bisherigen Verständnis verschmelzen dabei ländliche und städtische Sozialstrukturen in den Außenbereichen von Großstadtregionen.

Es geht also nicht um die „Urbanisierung“ des Landes, also der stetige Anstieg des städtischen Lebens. Es geht um die Entwicklung neuer Lebensentwürfe.

#### Newsletter jetzt abonnieren!

Melde dich zu unserem Newsletter an!  
Ich erkläre mich mit der elektronischen Speicherung meiner E-Mail Adresse zu Informationszwecken einverstanden.

Anrede

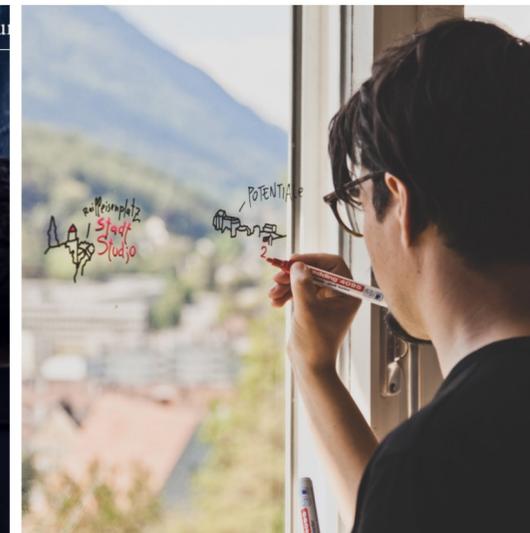
Vorname

Nachname

# WEITERE TRENDS RELEVANZ OSTALLGÄU



Festivalentwicklung, Events oder temporäre Interventionen. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, Orte zu aktivieren und atmosphärisch aufzuladen.



Atmosphärische Stadtraumgestaltung

Atmosphärische Stadtraumgestaltung

Auch wenn Gebäude das Gesicht einer Stadt aufs Äußerste prägen, Leben findet zwischen den Häusern statt. Es ist der öffentliche Raum, der Gemeinschaft ermöglicht.

Es braucht neben der baulichen Stadtentwicklung also auch immer eine atmosphärische Stadtentwicklung. Atmosphären entstehen, in dem man Möglichkeitsräume öffnet und Orte neu erlebbar macht. Hierfür eignen sich beispielsweise temporäre architektonische Bauten oder Veranstaltungen. Jedoch keine Veranstaltungen, die die Stadt nur als Kulisse verwenden. Sondern Formate, die sich intensiv mit dem Raum

# WEITERE TRENDS RELEVANZ OSTALLGÄU

hoteldesignblog.com

creating hospitality

Geisler . Trimmel

über uns

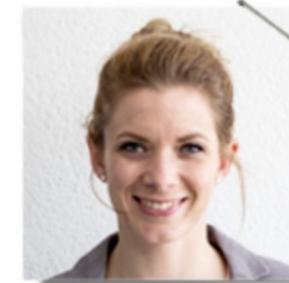
Kontakt

Design Brancheninfo Lesestoff Expertengespräche Projekte bei uns

## Atmosphärische Gestaltung Material macht Atmosphäre

Wichtig bei der Auswahl der **Materialien** ist Ihr **Symbolwert** – Hölzer und Stoffe strahlen Wärme aus, Naturstein Dauerhaftigkeit über Jahrtausende, glänzende Metalle wirken edel und wertvoll, Samt und Seide stehen für Luxus, Glas erzeugt Transparenz. Man muss sich im Klaren sein, welche Assoziation man beim Gast hervorrufen möchte, welches atmosphärische Konzept im Raum vorherrschend sein soll. Erst dann kann man mit außergewöhnlichen Materialarrangements eine sensible „**Hotel-Sinnes-Landschaft**“ erschaffen. Leinen neben Leder, Naturstein neben poliertem Marmor, gehacktes Altholz und spiegelndes Mosaik, weiche und harte Strukturen und Linienführungen, all diese Komponenten verändern im Zusammenspiel mit Licht und Schatten die Stimmung und

Atmosphäre im Raum



### **Alexandra Zacher**

hat diesen Abriss bereitgestellt. Sie ist seit 2008 Innenarchitektin bei Geisler&Trimmel. Ihr Anliegen ist es, Wohlfühl- und Erlebnisräume zu schaffen. Dafür gilt es „die Funktion und das Design eines Raumes auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen“. Auch im Blog lässt sie einfließen, wie mit Design und gestalterischen Details die Atmosphäre und die Logistik von Räumlichkeiten gestaltet wird.

# WEITERE TRENDS RELEVANZ OSTALLGÄU

The screenshot shows the website for Lifestyle Hotels, specifically the 'Alpine Lifestyle' page. The header includes the 'LIFE STYLE HOTELS' logo, navigation links for 'Hotels', 'Destinationen', 'Stories', 'Mindful Traveller', 'Alpine Lifestyle', 'Smart Traveller', and 'Newsletter', along with a search bar and language options 'DE | EN'. The main title 'Alpine Lifestyle' is prominently displayed. The text describes the region's unique character, emphasizing its natural beauty and traditional values. It invites visitors to experience the 'Alpine Lifestyle' in their hotels, away from clichés. Social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, and Pinterest are provided. At the bottom, there are three images: a modern hotel interior with a teal armchair, a close-up of a brass mortar and pestle, and a woman looking out a window at a scenic view of a village and forest.

LIFE  
STYLE  
HOTELS

Hotels Destinationen Stories Mindful Traveller Alpine Lifestyle **Smart Traveller** Newsletter Search

DE | EN

## Alpine Lifestyle

Vielleicht hat diese Region nichts Leichtes, Verspieltes, aber ganz sicher etwas Kraftvolles und Echtes. Das spürt man im Kontakt mit den Menschen, man erkennt es in der Architektur und man schmeckt es im Essen. Die Alpen sind ein ganz besonderer Lebensraum, geprägt von majestätischen Berggipfeln, Wäldern, Bergwiesen und den 4 Jahreszeiten. Beständigkeit ist ebenso ein Begriff den wir mit „**Alpine Lifestyle**“ verbinden. Alles ist gemacht um den Elementen zu trotzen und fortzubestehen, Traditionen werden hochgehalten und lokale Bräuche haben mehr Gewicht als globale Trends.

In unseren Hotels erleben sie den **Alpine Lifestyle** so wie wir ihn interpretieren – jenseits von Klischees und Kitsch. Die Natur, und alles was man durch sie erfahren und in ihr erleben kann, steht im Mittelpunkt. Machen Sie Ihren Kopf frei, finden Sie Ihr inneres Gleichgewicht und entdecken Sie Orte für Ihr ganzheitliches Wohlbefinden in unserer Lifestylehotels Mitgliedshotels.

*Lassen Sie sich inspirieren!*

f t in p



Datenschutzerklärung - Nutzungsbedingungen

# #3 ÜBERMORGEN TOURISMUS IM WINTER



**FAZIT 2: MUTIGES ZIEL  
RADIKAL NACHHALTIG AN  
GSTC KRITERIEN ORIENTIEREN**

# ESG IM TOURISMUS IST KEINE MODEERSCHENUNG



**Aufgrund EU-rechtlicher Vorgaben rund um den Green Deal sind Banken angehalten, bei Kreditentscheidungen immer stärker auch umweltbezogene bzw. soziale Aspekte einfließen zu lassen.**

- ESG steht dabei für die Kriterien „Environment“ (Umwelt), „Social“ (Soziales) und „Governance“ (Unternehmensführung).
- Die Berichte touristischer Investitionen müssen künftig darstellen, wie der Betrieb die Natur schützt oder ihr schadet
- was der Betrieb seinen Mitarbeiter:innen bietet und
- wie das Unternehmen in der Region verankert ist.
- Um langfristig erfolgreich zu sein, brauchen Hotels eine Nachhaltigkeitsstrategie unter Berücksichtigung der ESG-Richtlinien.

Quelle: Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft, Österreich  
<https://www.bmaw.gv.at/Presse/AktuellePressemeldungen/Tourismus-Nachhaltigkeitskennzahlen-.html>

# GSTC GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL



## Developing International Standards – the GSTC Criteria

The **GSTC Industry Criteria** and the **GSTC Destination Criteria** provide a comprehensive definition of sustainable travel and tourism. They are aligned with the UN Sustainable Development Goals (SDGs) and are based on the four pillars of sustainability: (1) Managing for sustainability; (2) Social; (3) Culture and Community; (4) Environment.



For Hotels & Accommodations



For Tour Operators



For Destinations & Governments



For Corporate & Business Travel



For Certification Bodies



For Travelers

**GSTC-Kriterien basieren auf vier Stoßrichtungen eines nachhaltigen Tourismus und erweitern die drei Säulen der Nachhaltigkeit um eine vierte Dimension.**

- Ökologische Nachhaltigkeit (insbesondere An- & Abreise, touristische Vor-Ort-Mobilität, Ressourcenverbrauch, Landschaftspflege, ...)
- Nachhaltiges Tourismusmanagement (z.B., Existenzsicherung, Landflucht mindern, ...)
- Sozial nachhaltiger Tourismus (friedensstiftende Völkerverständigung, Begegnen Alltagskultur, Alterseinsamkeit verhindern)
- Kulturelle Nachhaltigkeit (imaterielles Kulturerbe, historisches Erbe, Brauchtum, ...)



**ÖKOLOGISCH NACHHALTIG**

# AUFGREIER URLAUB WERFENWENG



Urlaub ▾

Kulinarik

Werfenweng

Service ▾

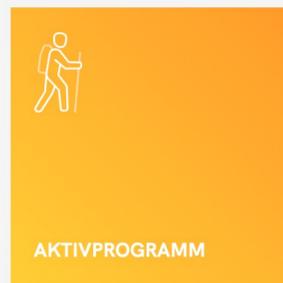


DE

Unterkunft suchen

Winterliches Entdecken  
auf die sanfte Tour!

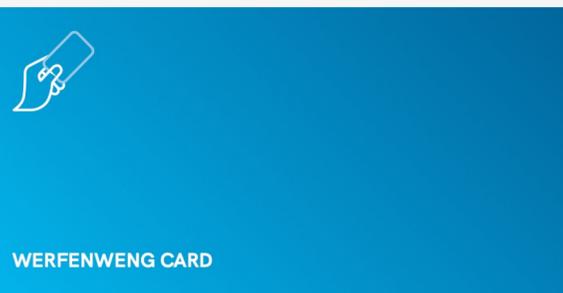
Den Winter entdecken



SANFTE MOBILITÄT

## Nachhaltige Glücksmomente

Die Themen **Nachhaltigkeit** und **sanfter Tourismus** liegen uns am Herzen. Gäste, denen es genauso geht, sind in Werfenweng deshalb goldrichtig. Unsere vielfältigen sanften Mobilitätsangebote - vom E-Bike bis zum Dorfschuttle E-LOIS - machen das eigene Auto ganz schnell überflüssig. Entscheidet man sich für die **Werfenweng Card**, nutzt man sie noch dazu völlig kostenlos. So stellen wir sicher, dass der Urlaub nicht nur dir, sondern auch der Umwelt guttut.

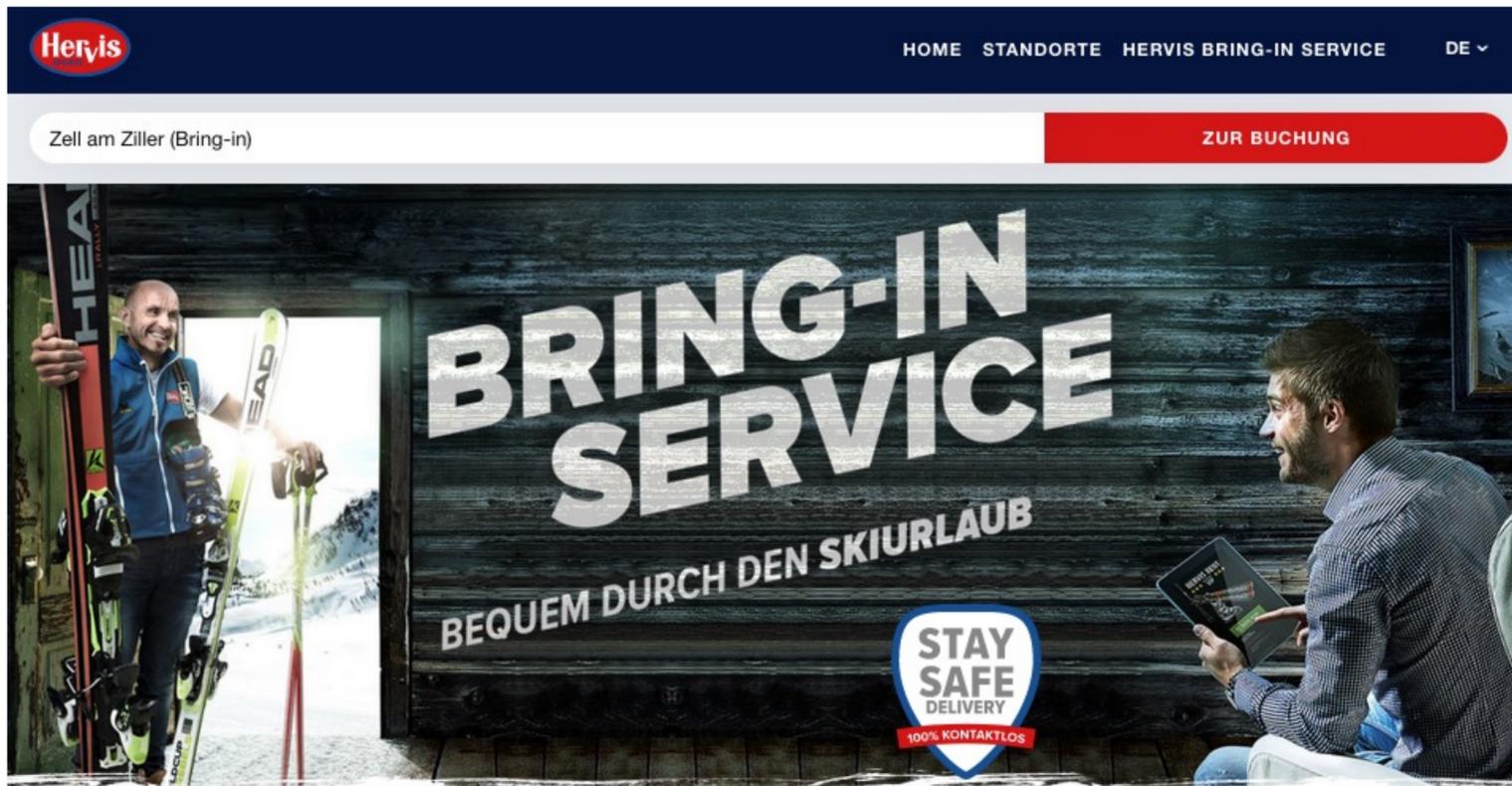
[Mehr erfahren](#)


**Auf die sanfte Tour statt Autolärm, Bergluft statt Abgasen. Entschleunigung geschieht hier schon bei der Anreise.**

- Modellort für sanfte Mobilität und umweltverträgliches Reisen
- Shuttle- und Transfer-Angebot – kostenlos mit der Werfenweng Card (am Anreisetag vom Zielbahnhof in die Unterkunft in Werfenweng und am Abreisetag wieder zurück)
- Umweltfreundliche Mobilitätsangebote: Mit der Werfenweng Card E-LOIS, E-Bikes, E-Autos und Co. kostenlos nutzen

Quelle: <https://www.werfenweng.eu/service/anreise/>

# BRING-IN SERVICE SKIAUSRÜSTUNG



## HERVIS BRING-IN SERVICE: SKI- UND SNOWBOARDVERLEIH MIT LIEFERUNG

WIR GARANTIEREN DIR DIE BESTEN PREISE FÜR SKI- & SNOWBOARDVERLEIH IM ORT\*

Der Skiurlaub ist für viele das absolute Highlight des Jahres. Kein Wunder, bei blauem Himmel und glitzernder Winterlandschaft ins Tal zu blicken, das hat schon was. Damit du dir auf deinem Trip keine Gedanken um den Transport der Skiausrüstung machen musst, gibt es den HERVIS Bring-In Service. Wir **liefern** dir deine **Ski-** oder **Snowboardausrüstung** aus dem nächstgelegenen HERVIS Store direkt zu deiner Unterkunft. Der Bring-In Skiverleih Service ist übrigens **flächendeckend**: Wir beliefern **unzählige, beliebte Skiregionen**, vom Arlberg über Mayrhofen, Kirchberg und Kitzbühel bis hin zu Flachau und Ramsau am Dachstein. Und das alles kontaktlos!

## Ski- und Snowboardverleih mit Lieferung

- Lieferung aus dem nächstgelegenen HERVIS Store direkt zur Unterkunft
- Flächendeckend in AT
- Unzählige, beliebte Skiregionen vom Arlberg über Mayrhofen, Kirchberg und Kitzbühel bis hin zu Flachau und Ramsau am Dachstein
- Abholung der Ausrüstung am Ende des Urlaubs

# PLOGGING: MÜLL SAMMELND JOGGEN

LIVIGNO  BLOG  
feel the alps

Livigno presents the Plogging: the trekking for nature's care

Publicato da [Livigno](#) il 08 July 2021



**Plogging = Kofferwort, gebildet aus den Bestandteilen plocka (schwedisch für „aufheben, pflücken“) und Jogging**

- Natursportart, die Vermüllung der Landschaft bekämpft sowie der Müll dem Recyclingkreislauf zugeführt wird
- Beispiel Livigno:

**PICK UP  
the kit**

that you will find in the hotel or apartment (active structures only) or at the information offices in Plaza Placheda or Plaza del comun



**COLLECT  
the waste**

that you find during your trekking



**SCAN  
the qr code**

go to Plaza Placheda with the bag of waste collected, scan the qr code that you find on the glass bell and enter your data: on the back of the bag, you will find a printed code to fill in the form



**TAKE PART  
in the draw**

now you are ready to participate in the final draw. After entering your data throw the bag of waste inside the glass bell. The waste will be separated by the staff.





Gasthof Fallmühle

**ÖKONOMISCH NACHHALTIG**

# ST. MARTINS THERME & LODGE

vorfinal

RESERVIEREN BUCHEN  
GUTSCHEINE

ST.MARTINS     

THERME & LODGE 

THERME LODGE SAFARI AKTIV SPA TAGUNGEN FEIERN JOBS



 relax  
TAGES  
URLAUB  
DAS ORIGINAL

AUF SAFARI IN ÖSTERREICH  
IN DER ERSTEN LODGE MITTELEUROPAS

# ST. MARTINS THERME & LODGE

SI ELMO'S

*vorfinal*



THERME LODGE

SAFARI

AKTIV

SPA

TAGUNGEN

FEIERN

JOBS



RESERVIEREN BUCHEN  
GUTSCHEINE

KLASSISCHE SAFARIS

FAMILIENGERECHTE SAFARIS

TIERGESTÜTZTE SAFARIS

Preisangabe: Erwachsene | Kinder 4-14 Jahre



SEEWINKEL SAFARI

SAFARI-WOCHEN-

Mittwoch, 20.09.2023

Uhrzeit	Programm	Preis p.P.	Treffpunkt	
☉ 13:30–16:30	Große Entdeckertour	€ 35,-   € 18,-	Lobby	<a href="#">DETAILS</a>

Quelle:  
<https://www.stmartins.at/de/safari-safaris-in-oesterreich.html>

# INITIATIVE KLIMAGASTRONOMIE

## Initiative klimaGastronomie Ein Leitfaden für die Frankfurter Gastronomie

Basierend auf den Klimabilanzierungen dreier Gastronomiebetriebe in  
Frankfurt am Main

Das Projekt wird realisiert von der

Lust auf besser leben gGmbH in Kooperation mit der Initiative Gastronomie Frankfurt e.V. (IGF)



mit Unterstützung der

Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH und der FES Frankfurter Entsorgungs- und Service GmbH



## Leitfaden „Initiative KlimaGastronomie“ | Initiative Gastronomie Frankfurt, Wirtschaftsförderung Frankfurt, FES Frankfurt

- Zweiter Platz „Typisch hessisch Award 2023“
- Setzt sich für Klimaneutralität in ihrer Branche ein
- Durchführung Klimabilanzierung verschiedener Betriebe
- Ergebnis: hilfreicher Leitfaden mit Fakten & Handlungsoptionen für nachhaltige Gastronomie (Butter reduzieren statt CO2-Hype)
- Video: <https://www.hessenschau.de/tv-sendung/typisch-hessisch-award-2023-,video-187410.html>

Quellen: <https://www.lustaufbesserleben.de/portfolio-items/klimagastronomie-leitfaden/>  
| <https://www.hessen.tourismusnetzwerk.info/2023/08/02/sechs-anwaerterinnen-und-anwaerter-auf-den-hessischen-tourismuspreis-typisch-hessisch-award-2023/>

**COLIVING + LONGSTAY + COMMUNITY  
= COWORKATION MICE-INNOVATION**



# COWORKATION?



- Was sich wie Urlaub anfühlt, ist in Wirklichkeit nur eine andere Form des Erwerbslebens.
- Workation ist ein junges Wort. Es verbindet work (Arbeit) und vacation (Urlaub). Kommt noch eine community (Gemeinschaft) hinzu entsteht - Coworkation. Taucht man ein in die lokale Alltagskultur spricht man von Co-Living, oft auch als Langzeitaufenthalt organisiert von Betrieben.
- Das machen inzwischen viele Berufstätige, Freiberufler wie Arbeitnehmer. Tendenz steigend. Angesichts des Fachkräftemangels locken Firmen gerne mit dieser Variante der Arbeit.



**SOZIAL NACHHALTIG**

# BEGEGNUNG ALS SERVICE

Visit Finland Home Virtuelles Rent-a-Finn Hints Test Happiness Guides 2019 DEUTSCH For Press

# RENT A Finn GOES VIRTUAL

Finde deinen persönlichen Happiness Guide – online!

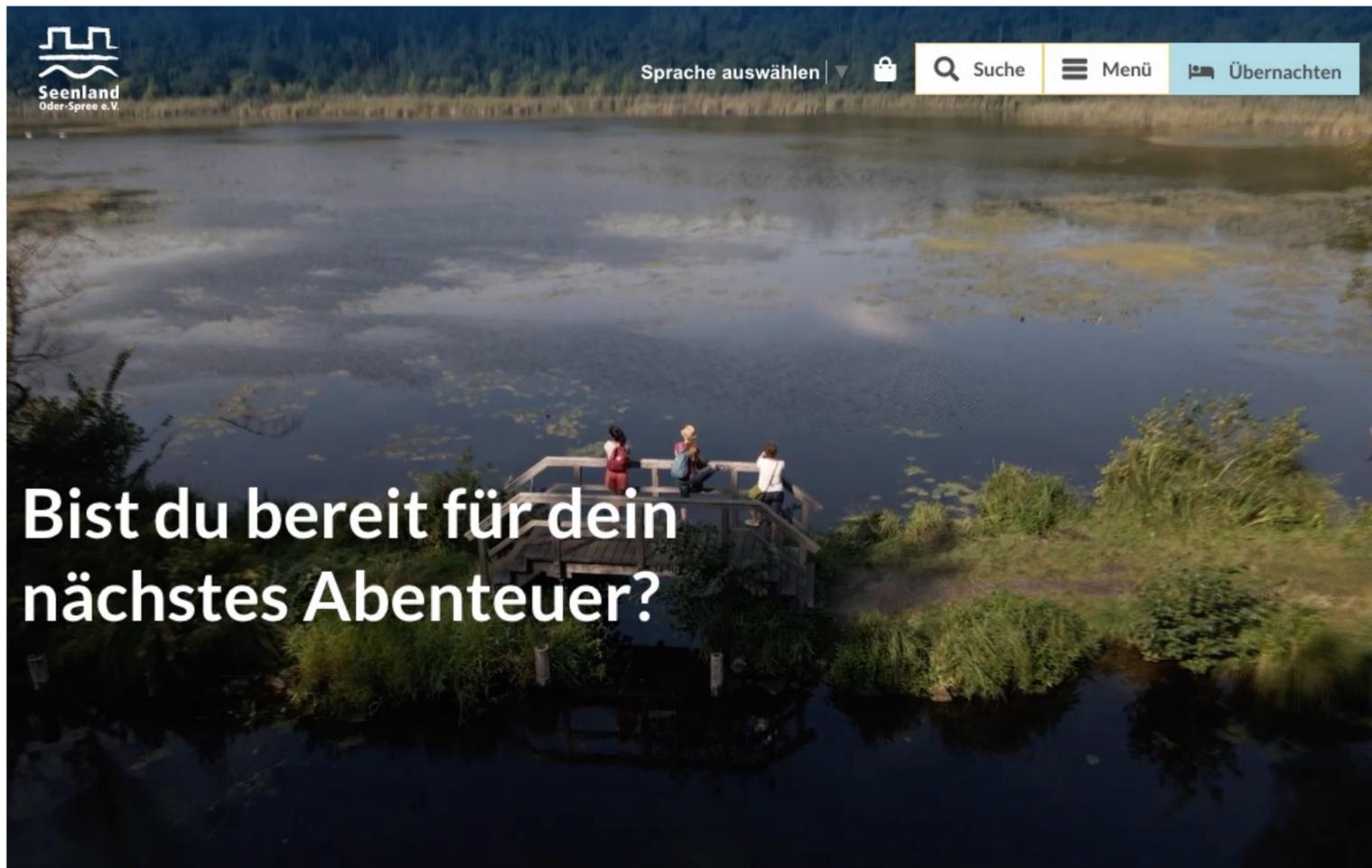
Dieses Mal laden wir euch ein, virtuell mit uns Finnen in Kontakt zu treten, um etwas über unsere Natur, Traditionen und einzigartigen Lebensgewohnheiten zu erfahren. Dieses Wissen kann auch dir helfen, entspannter und glücklicher zu werden.

[INTRO ANSEHEN](#)

<https://rentafinn.com/de/>



# SPÄTAUFSTEHER-TOUREN



Sie sind hier: [Startseite](#) > [Seenland erleben](#) > [Wasserreich & Höhenflüge](#) > Spätaufstehertouren

**33 Abenteuer**

... für Ausgeschlafene

**100 %**

... schnell und klimafreundlich raus aus Berlin

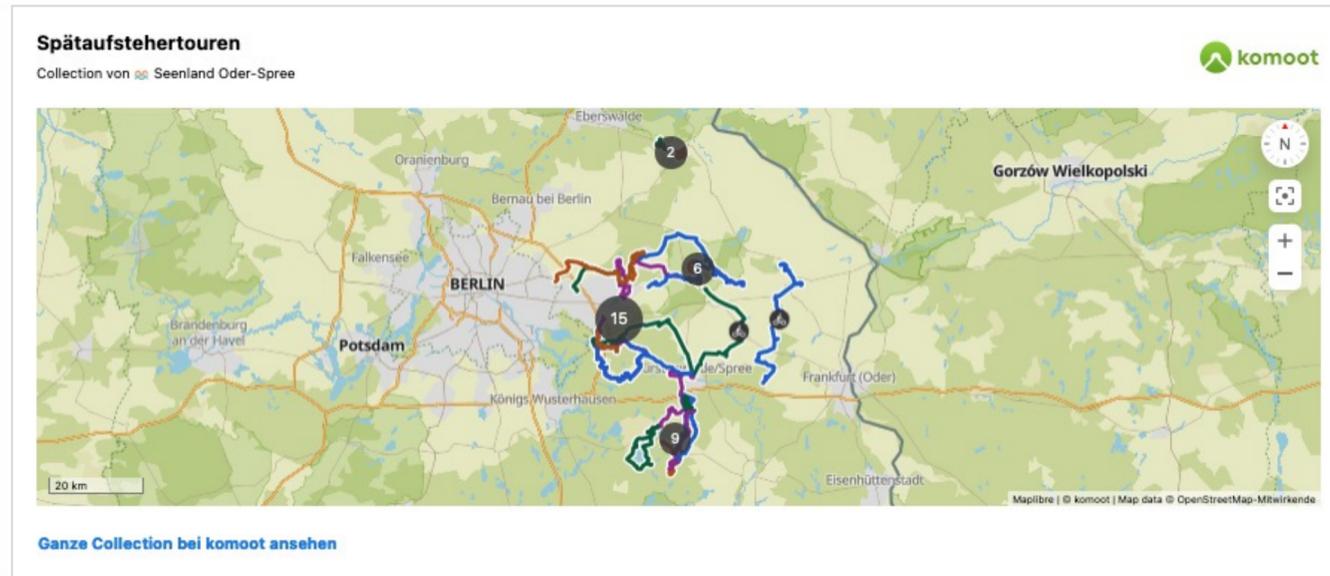
**45 Aussichtspunkte**

... für Naturspezis

## Raus aus der Großstadt und rein in die Natur

- Spätaufstehertouren nachmittags noch entspannt machbar: kurz, bündig & voller Highlights - alle Touren nicht mehr als 3-4 h
- alle Touren mit den Öffis erreichbar
- 2. Platz Land- und Naturtourismus Marketingpreis 2023 (natürlich Brandenburg pro agro e.V.)

# SPÄTAUFSTEHER-TOUREN



### Unsere Produkte für Ausgeschlafene

- 33 Abenteuer fordern eine gute Ausrüstung
- Thermoflaschen
- Thermotassen
- Nachhaltige Jutebeutel
- einfach im Shop bestellen

[Hier geht's zum Shop!](#)



### Dein Spätaufsteher-Booklet

- 33 Abenteuer
- Wander-, Rad-, Kajak- & SUP-Touren
- lange ausschlafen
- mit ÖPNV bequem anreisen
- einfach im Shop kostenlos bestellen

[Hier geht's zum Shop!](#)

The booklet cover features the brand name, owl logo, and '33 ABENTEUER für Ausgeschlafene'. It also displays a map of the region.



### Hör doch mal rein!

#### Ohren gespitzt und auf zur Spätaufsteher-tour

Der Podcast über unsere "Abenteuer für Ausgeschlafene"

Frei nach dem Motto "Der frühe Vogel kann mich mal" haben wir für euch 18 Wanderrouten, 11 Radtouren und 4 Abenteuer auf dem Wasser konzipiert. Einige davon haben wir selbst noch einmal ausprobiert und dabei viele sympathische und interessante locals getroffen und interviewt.

[Hier geht's zu den Podcasts!](#)



**KULTURELL NACHHALTIG**

# Perspektivenweg Innsbruck Snøhetta



**AUSBLICK IN SZENE SETZEN.**



# AUSBLICK IN SZENE SETZEN.

Perspektivenweg Innsbruck Snøhetta

Quelle: Innsbruck Tourismus



# Perspektivenweg Innsbruck Snøhetta

*Ein Schluck Tee mit Ausblick auf ein herbstliches Innsbruck.*

Quelle: Innsbruck Tourismus



Ist das Auffallen Schauen & Denken? Nein.  
Is being struck looking & thinking? No.

# Perspektivenweg Innsbruck Snøhetta

Präsentationstitel über Kopf- und Fußzeile bearbeiten.  
*Sprüche zum Denken oder auch Rätseln einladen.*

Quelle: Innsbruck Tourismus



# Perspektivenweg Innsbruck Snøhetta

Präsentationstitel über Kopf- und Fußzeile bearbeiten  
*Wie man sich einen schönen Freitag macht? Genau so.*

Quelle: Innsbruck Tourismus



# Perspektivenweg Innsbruck Snøhetta

*Ausblick in den Westen und zur Frau Hitt.*

Quelle: Innsbruck Tourismus

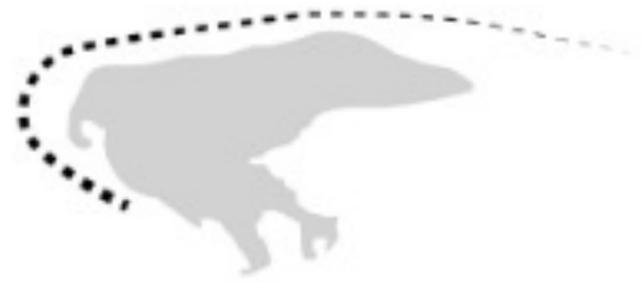
# NATURERERLEBNIS NATIONALPARK WATTENMEER – INSZENIEREN



Quelle: Snøhetta / Saint Elmo's Tourism

# SAINT ELMO'S & SNØHETTA

## IDEE & GESTALTUNGSKONZEPT



### KONZEPT



Verbindung zur Insel

### ELEMENT



abgerundetes  
Rechteck

### FUNKTION

Ankunft und Abreise  
Panoramablick  
Verbindung zur Insel

### MATERIAL

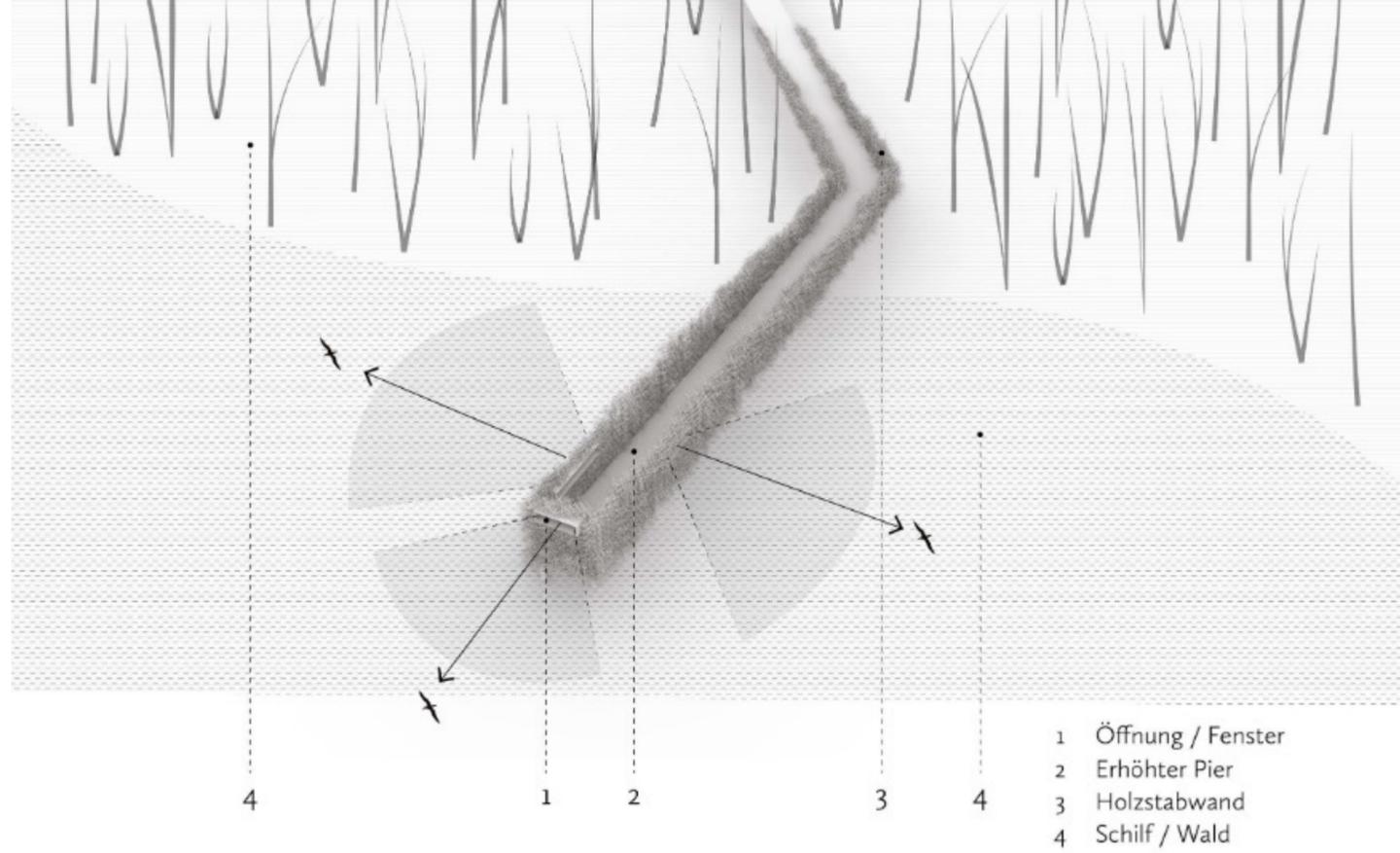
Stahl  
COR-TEN Stahl  
Glas

# LEITDESIGN



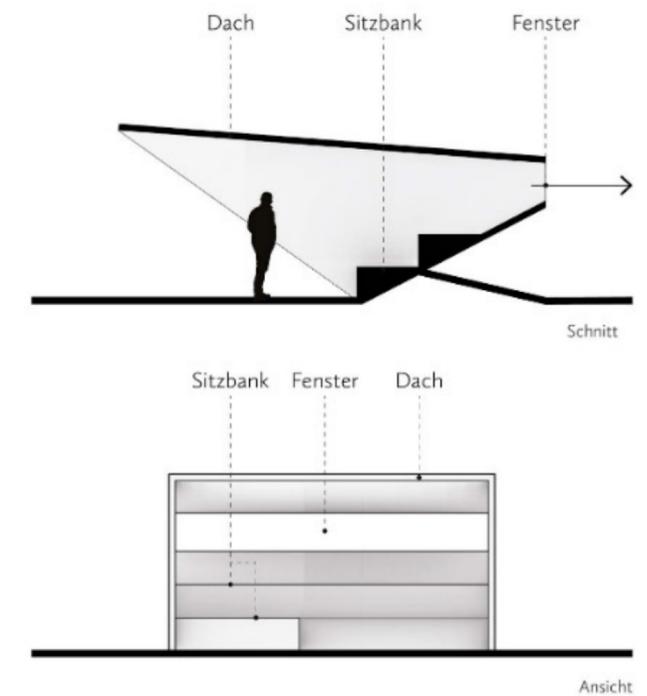
Quelle: Snøhetta / Saint Elmo's Tourism

# DAS NEST



Quelle: Snøhetta / Saint Elmo's Tourism

# DAS NATURTELESKOP



# DER HISTORISCHE WAL



Quelle: Snøhetta / Saint Elmo's Tourism

# NATUR IN SZENE SETZEN



Arte Sella, Wanderkunstpark, Trentino

Quelle: <http://www.artesella.it/it/>

# NATUR IN SZENE SETZEN

Lost Gardens of Heligan, Cornwall

Quelle: <https://www.heligan.com>

# AUSBLICKE IN SZENE SETZEN



Quelle: <https://wanaskonst.se/Home>

Wanås Konst Park, Schweden

# KUNSTWANDERWEG FLÄMING



Quelle: <https://www.hoher-flaeming-naturpark.de/themen/routen-touren/kunstwanderweg/>



# KUNSTWANDERWEG FLÄMING

Quelle: <https://www.hoher-flaeming-naturpark.de/themen/routen-touren/kunstwanderweg/>



# Eröffnung des Kunstwanderwegs XR

Wanderlustige können passend zum Frühlingsanfang die erweiterte Realität (XR) entdecken.

**18 Mär 2023**  
Projektvorstellung

**Veranstalter**

**Termin**

18.03.2023 - 12:00

**Tagungsort**

 **zum Kalender hinzufügen**

**Jetzt anmelden**

**DIGITALE KUNST AM WEG**

Quelle: <https://www.digital-bb.de/eventdetail/eroeffnung-des-kunstwanderwegs-xr>

Quelle: <https://www.saint-elmos.com/arbeiten/alpine-ice>



Eislaufen am Berg.



0:06,68





**SLOW = BEGEGNUNG MIT  
UNSERER ALLTAGSKULTUR**



EXPERIENCE  
PEOPLE AND CULTURE.

Slow Trips

Destinations

See & Do

Contact & Service

EN DE



**SLOW = BEGEGNUNG MIT  
UNSERER ALLTAGSKULTUR**

Search & Book

Quelle: <https://www.slowtrips.eu>

# SLOW FOOD REGION.

f | @ | 🔍 Deutsch ▾

ERLEBNISSE ESSEN & TRINKEN REISEN MAGAZIN WIR ÜBER UNS

UNTERKUNFT FINDEN

  
Slow Food®  
Travel  
ALPE ADRIA KÄRNTEN



SLOW FOOD TRAVEL  
ALPE ADRIA KÄRN-  
TEN

# TISCHLEIN DECK DICH!



## **NORDPFADE Ostetal und Dör't Moor: Eine Rast während einer Wanderung mit alles Drum und Dran**

- Im Angebot enthalten: Speisen und Getränke, Lieferung, Auf- und Abbau, Bewirtung, Geschirr und Reinigung
- Frische Zubereitung der Speisen und Lieferung zur abgesprochenen Zeit am Rastplatz

# FLOH TO GO: FRÜHSTÜCK BEI MIR



## Woraus besteht das Frühstück?

- Bio-Sauerrahmbutter
- Steiners Handsemmel
- Bio-Joseph-Brot
- Bio-Gemüse
- Topfenaufstrich mit Kräutern aus dem Floh-Garten
- Waldviertler Bio-Eier
- Ötscherblick-Schinken vom Höllerschmid
- Schnittkäse aus österreichischer Bio-Milch
- Bio-Cabanossi vom Höllerschmid
- Demeter-Einkorn-Risotto von Martin Allram
- Bio-Saibling von Daniel Braunsteiner
- Salat aus Adi Figls Beluga-Linsen
- Floh-Gulasch
- Haferflocken-Porridge
- Nuarts Bio-Schafjoghurt
- Floh-Granola im Rohr geröstet
- hausgemachte Marmelade
- Sonnentor Bio-Kräutertee im Beutel
- Biodynamischer Streuobst-Apfelsaft von Leo Mahrer

## Gastwirtschaft Floh: Landgasthaus, Genussladen, „Floh to-go“

- Innovative Take Away Konzepte (Picknick, Automat, Laden, mobile Tische), Gastgarten zum Selberpflücken
- E-Tankstelle vor der Gastwirtschaft
- Auf die Speisekarte in der Gastwirtschaft Floh kommt nur, was gerade Saison hat - vieles davon aus dem Umkreis von 66 Kilometern
- Eigener Podcast vom Gastronomen

rad-  
PLATZ

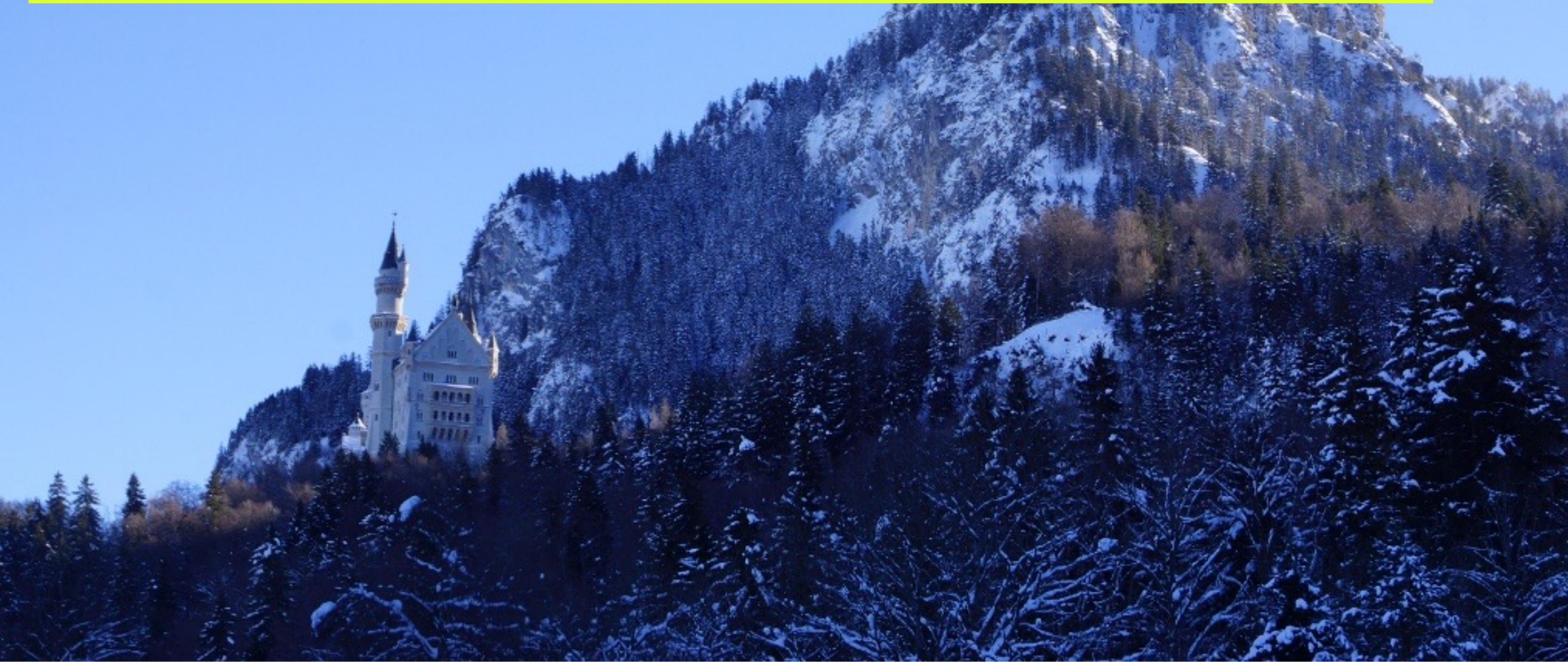
- BACKHENDL  
- GNOCCHI /  
- BURGER

SPEISEN TO GO  
BÄRLAUCH-GNOCCHI VEG  
RISOTTO MIT ROSINEN VEGAN  
PASTA "FU LONG" VEG





**EINE KLEINE ZUGABE? IDEEN?  
Z.B. URLAUB & ARCHITEKTUR.**



# #BERGBADENAMSEE. 365 TAGE/JAHR



# #URLAUBSARCHITEKTUR



Quelle: <https://arcticbath.se>

Arctic Bath, Schweden



Arctic Bath, Schweden

**SCHWIMMEND URLAUBEN**

Quelle: <https://arcticbath.se>



Arctic Bath, Schweden

# SAUNA AM SEE

Quelle: <https://arcticbath.se>



Arctic Bath, Schweden

**#BERGBADENAMISSEE**

Quelle: <https://arcticbath.se>

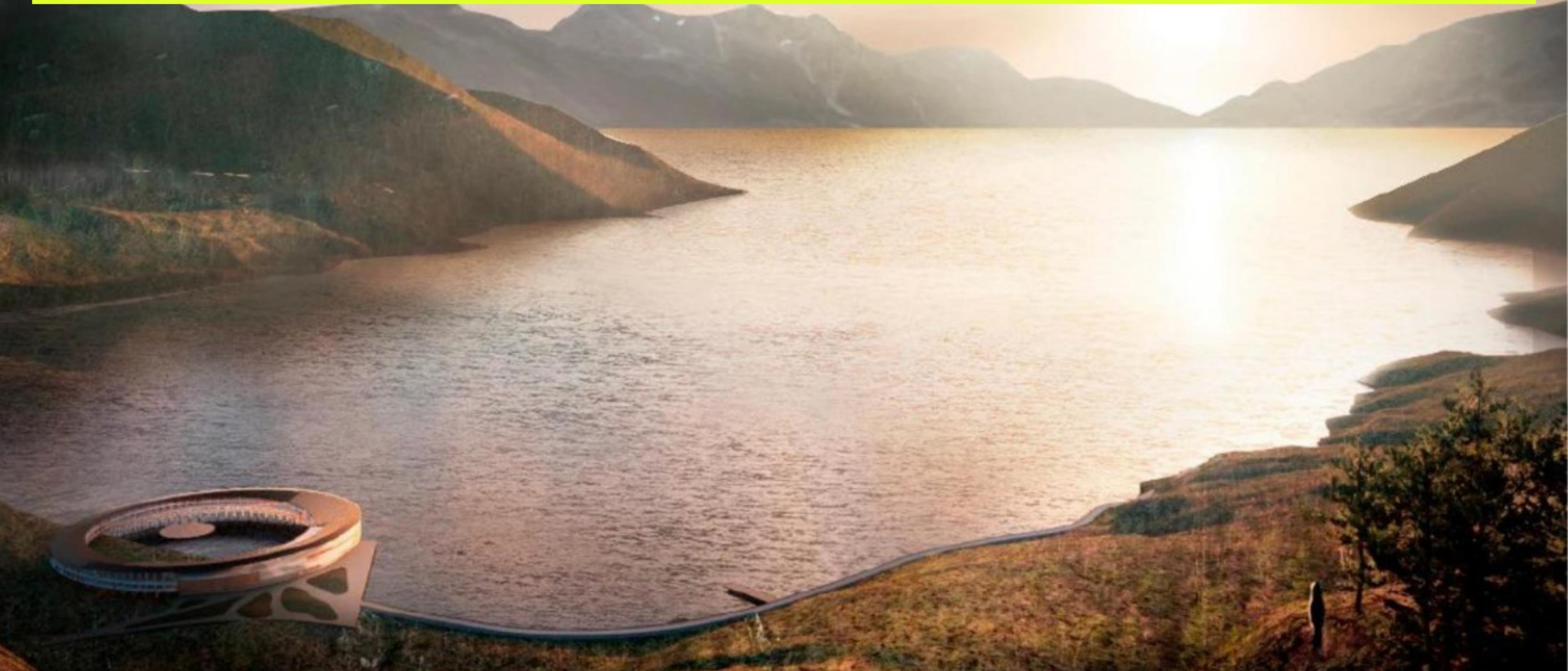


Arctic Bath, Schweden

**IDEE FÜR OSTALLGÄU? #BERGBADENAMISEE**

Quelle: <https://arcticbath.se>

**#RADIKAL POSITIV. ENERGIEPOSITIV.**



Quelle: <https://svart.no>

Hotel Svarth, Norwegen, Snøhetta

An aerial photograph of Hotel Svarth, a circular building with a glowing interior, situated on a lake in a mountainous landscape. The building is illuminated from within, creating a warm glow that contrasts with the cool blue tones of the surrounding environment. The lake is calm, reflecting the light from the building. In the background, there are dark, rugged mountains with patches of snow or ice, and a valley with green fields and a forest. The sky is overcast with soft, diffused light.

**,Look deep into nature, and  
then you will understand  
everything better.'**

**ALBERT EINSTEIN**

**Hotel Svarth, Norwegen, Snøhetta**

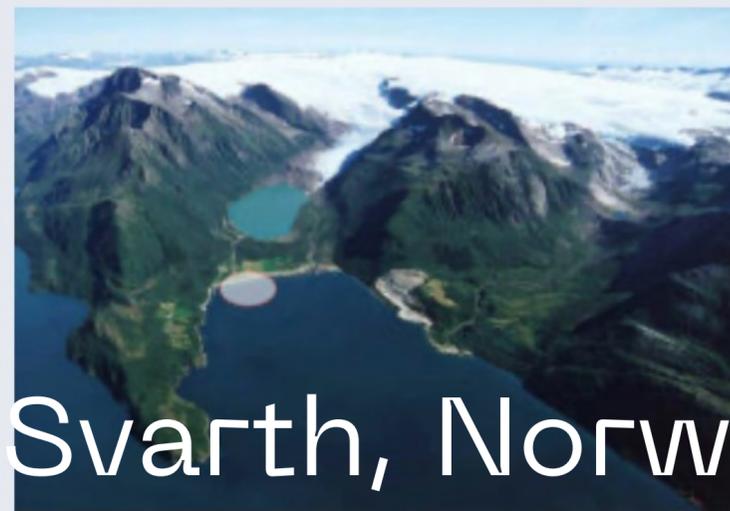
# DER COOLSTE NACHHALTIGE ORT NORWEGENS



Quelle: <https://svart.no>

Hotel Svarth, Norwegen, Snøhetta

# EMBARKING THE JOURNEY OF A LIFETIME.



Quelle: <https://svart.no>

Hotel Svarth, Norwegen, Snøhetta

In foggy rough seas, a  
prospects leads the **light**



## About Salmon Eye

Salmon Eye is a center to inspire and inform about how we can provide the world with more food from the sea. Located in Hardangerfjorden, Salmon Eye is the world's largest floating art installation.





# Salmon Eye

| To feed the future, we need to look beneath the surface.

All industries leave a footprint, both positive and negative. Salmon Eye is a center that sheds light on both the opportunities and challenges of the aquaculture industry. We will see things from new perspectives, encourage new ways of thinking, and reflect carefully on what needs to be done in the industry.

**#RADIKALE NEU INTERPRETATION.**



Salmon Eye, Aqua Info Center+ Restaurant Iris

Quelle: <https://www.salmoneye.no>

# #RADIKALE NEU INTERPRETATION.



## Learning experience

Salmon Eye offers a guided learning experience focusing on the footprint of the aquaculture industry in Norway. Maybe you know something from before? Perhaps you have never been exposed to the industry yourself? The experience encourages you to challenge what you already know and reflect on how we can develop food production in the sea. You cannot just sit on the sidelines and watch, but must take an active part in what is happening. At the end of the day, you are the one who decides.

Order



## Restaurant Iris

Iris is a unique restaurant located at Salmon Eye. The restaurant offers an expedition dining, where you as a guest are taken on a culinary and scenic expedition.

Visit Iris



# A story about challenges, flavors, and possibilities

[Book now](#)

## Expedition dining

Our location guides every step we take at Iris, and we want our guests to experience the fiord, the mountains, and the ever-changing elements in the same all-encompassing way that we do every day. Here, we have the great privilege of bringing our guests to the ingredients, instead of the other way around.

The experience at Iris is, quite literally, a journey. It starts with a

**#RADIKALE NEU INTERPRETATION.**

Installation Salmon Eye, the evening kicks off with a multisensory underwater experience, to culminate in the dining room where stunning views of the fiord and mountain ranges create the backdrop for sunset tastings.

Quelle: Salmoneye / Restaurant Iris: <https://www.restaurantiris.no>

# Anticipate curiosity, and a dedication to ingredients.

Book table



# FAZIT 3

## TOURISMUS IM WINTER IM OSTALLGÄU?

Wir im  
Ostallgäu

Ausbildung  
ausbauen

Erlebnissräume  
Schlosspark  
Allgäu

Allgäuer  
Architektur

Nordic  
Ice  
Skating

**Ganzjährige  
Tourismusprojekte in den  
Mittelpunkt rücken.**

Rent a Jaga,  
Bergbauer,  
Kuh 4 you, ...

Kunst im  
öffentlichen  
Raum

Longstay  
& Co-Living:  
,Leben wie  
ein Allgäuer'

Bergsteiger  
dörfer  
Slow Region  
Slow Food  
Region

# MEIN IMPULS AUF EINEN BLICK

## #1 Heute: Winterkrise Tourismus?

Ja, der Schnee wird weniger, aber langsam in den nächsten 30 Jahren

Achten auf Klimawandelanpassung – Prognose starke, intensive Niederschläge

Mitarbeitende & Junge – zuerst.

Greenwashing-Alarm

Mut zum Preis

## #2 Morgen: Tourismus Trends

**Kurzfristiges Buchen - flexibles Storno - flexible Preise**

**Nahmärkte, Alltagstourismus (Freizeit)**

**Nostalgie & Familienzeit**

**Slow, Alltagskultur wird zum Reiseziel**

**Workation, Longstay & Co-Living**

## #3 Übermorgen Tourismus im Winter

Radikal nachhaltige Produkte (ESG, GSTC)

Neue, kreative Angebote (Workation,...)

Atmosphärische Gestaltung und Begegnen mit Alltagskultur im Allgäu

Natur mit Kunst & Ausblick inszenieren

Urlaubs-Architektur als USP Ostallgäu

**FAZIT 4: DAS OSTALLGÄU  
HAT GROSSE ZUKUNFT.  
GANZJÄHRIG.**

# RECHTLICHE HINWEISE

1. Sämtliche Rechte an der Präsentation und an deren Inhalten (einschließlich enthaltener Konzepte, Gestaltungen, Preisen, Konditionen, Planungen, etc.) verbleiben ebenso wie jegliches der Präsentation zugrunde liegende Know-how und unabhängig davon, ob die Präsentationsinhalte Urheber-, Nutzungs- und Eigentumsrechte beinhalten und ob die Präsentation nur gezeigt oder ausgehändigt wurde, zeitlich unbeschränkt ausschließlich bei der Agentur.
2. Die Inhalte der Präsentation stellen Geschäftsgeheimnisse im Sinne von §2 Ziffer 1 GeschGehG dar. Jede unbefugte Nutzung oder Offenbarung der Inhalte ohne vorherige ausdrückliche Zustimmung durch die Agentur wird als Verstoß gegen das GeschGehG gewertet. Alle Inhalte der Präsentation unterliegen der strikten Vertraulichkeit.
3. Mit der Präsentation und / oder Überlassung der Präsentation räumt die Agentur keinerlei Rechte an der Präsentation oder an den Präsentationsinhalten ein. Jegliche Nutzung, Verwertung, Vervielfältigung, Bearbeitung sowie jegliche Weitergabe an Dritte in Bezug auf die Präsentation und deren Inhalte ist unzulässig und bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung der Agentur.
4. Hinsichtlich in der Präsentation enthaltener Fotos, Logos, Grafiken, Skizzen etc. werden durch die Präsentation und / oder Übergabe der Präsentation keinerlei Urhebernutzungs- oder sonstige Rechte eingeräumt. Diese Rechte sind gesondert zu erwerben. Eine Nutzung ohne ausdrückliche Rechteeinräumung ist unzulässig.
5. Die Ziffern 1-4 gelten entsprechend für alle weiteren Unterlagen, die mit Präsentation und / oder Übergabe präsentiert oder übergeben werden sollten.

**ST  
GEL**

**DAS WAR'S  
GEFALLEN?**