

REPORT

NACHHALTIGKEIT



BUNDESWETTBEWERB 2016/17

NACHHALTIGE TOURISMUSDESTINATIONEN

Der Deutsche Tourismusverband e.V. (DTV), das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und das Bundesamt für Naturschutz (BfN) haben den Wettbewerb gemeinsam ausgelobt.



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



Impressum

Deutscher Tourismusverband e.V.
Schillstraße 9, 10785 Berlin
Tel.: 030 / 856 215 - 0
Fax: 030 / 856 215 - 119
kontakt@deutschertourismusverband.de
www.deutschertourismusverband.de

Gefördert durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln
des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und
Reaktorsicherheit.

INHALTE UND REDAKTION
BTE Tourismus- und Regionalberatung
Kreuzbergstraße 30, 10965 Berlin
www.bte-tourismus.de

GRAFISCHE GESTALTUNG
BTE Tourismus- und Regionalberatung

KORREKTORAT
Sabine Mattern

BILDNACHWEISE
Fotolia/Jennewein Photography (Titel)
Saarpfalz Touristik/Eike Dubois (S. 2, 12, 36/37)
DTV/Jan Sobotka (S. 3-7)
iStock.com/Poike (S. 9)
Rüdiger Jooss (S. 10)
Hofgut Hopfenburg (S. 11)
Lothar Wilhelm (S. 13)
Dominik Ketz (S. 14)
Nordeifel Tourismus GmbH (S. 15)
Inselgemeinde Nordseebad Juist (S. 16/17, 26/27)
Celle Tourismus und Marketing GmbH (S. 18/19)
OVPS/Solveig Großer (S. 20)
Tourismusverband Sächsische Schweiz/Rico Richter (S. 21)
Allgäu GmbH (S. 22/23)
Tourismusverband Vorpommern e.V./Thomas Grundner (S. 24)
Tourismusverband Vorpommern e.V./Jan Noack (S. 25)
Ammergauer Alpen GmbH (S. 28 oben)
Ammergauer Alpen GmbH/Mathias Neubauer (S. 28 unten)
Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald (S. 29)
Ostseefjord Schlei GmbH/Beate Zoellner (S. 31 oben)

Ostseefjord Schlei GmbH/Sinnlicht Fotografie (S. 31 unten)
Schwarzwald Tourismus GmbH/C. Keller (S. 32 oben)
Schwarzwald Tourismus GmbH/Bergwerk (S. 32 unten)
Oliver Franke (S. 33 oben)
Lucia Klein (S. 33 unten)
tmu GmbH/Kappest (S. 34 oben)
tmu GmbH (S. 34 unten)
freepik.com (Icon Leuchtturm)

DRUCK

OKTOBERDRUCK AG
Die Broschüre wurde klimaneutral auf umweltfreundlichem
Recyclingpapier gedruckt.



ClimatePartner
klimaneutral
Druck | ID: 53129-1709-1005

Berlin, September 2017

Weitere Informationen zum Wettbewerb unter:
www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de

VORWORT



*Reinhard Meyer,
Präsident Deutscher Tourismusverband e.V.*

Die Vereinten Nationen haben 2017 zum Internationalen Jahr des nachhaltigen Tourismus erklärt. Denn egal, wo auf der Welt: Tourismus und Nachhaltigkeit sind untrennbar miteinander verbunden. Kaum eine andere Branche ist so abhängig von den natürlichen und kulturellen Ressourcen und dem Rückhalt der einheimischen Bevölkerung wie der Tourismus. Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb ist ein exzellentes Beispiel dafür, wie eine konsequent nachhaltige Ausrichtung das Wir-Gefühl der Einheimischen stärken kann. Für die Expertenjury war das einer der Gründe, die „Äbler“ zum Sieger im „Bundeswettbewerb 2016/17 – Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland“ zu küren. Tourismus- und Naturschutzverbände, Gemeinden, Unternehmen und Bürger ziehen an einem Strang. Das Engagement steckt an und bringt hochwertige regionale Produkte und Angebote für die Gäste hervor.

27 Destinationen hatten sich für den Wettbewerb beworben und die Herausforderung angenommen, sich anhand von 40 Kriterien messen zu lassen. Im Finale standen neben dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb auch das Biosphärenreservat Bliesgau, die Nordseeinsel Juist, die Nordeifel und die Stadt Celle. Anders als beim Vorgängerwettbewerb 2012/13 waren erstmals Städte explizit aufgefordert, sich zu beteiligen.

Vier weitere Reiseziele überzeugten mit besonderem Engagement in einzelnen Bereichen und erhielten Sonderpreise: Die

Sächsische Schweiz gewann in der Kategorie „Nachhaltige Mobilität“, die Peeneregion in Vorpommern punktete bei „Biologische Vielfalt und Naturerlebnis“, die Nordseeinsel Juist setzte sich bei „Klimaschutz, Ressourcen- & Energieeffizienz“ durch, und das Allgäu hatte mit seiner gut sichtbaren „Regionalität“ die Nase vorn.

Der Wettbewerb ist ein weiterer Schritt, um Nachhaltigkeit im Tourismus zu stärken und in der Breite fest zu verankern. Es geht nicht um ein Nachhaltigkeitsetikett oder ein einzelnes Naturerlebnisangebot, sondern darum, wie man Betriebe bei Klimaschutzmaßnahmen unterstützt, barrierefreie Angebote schafft, Einheimische und lokale Anbieter einbindet, regional-typische Landschaftsbilder erhält oder Gäste animiert, vom Auto auf den ÖPNV umzusteigen. Allen ist klar, dass das nicht nebenbei passiert und schon gar nicht zum Nulltarif: Nachhaltigkeit ist ein Prozess, an dem stetig gearbeitet werden muss, der keine definierte Ziellinie hat, sondern eine stetige Herausforderung ist, die einen ausgeprägten Kooperationswillen erfordert. Hierbei war und ist der Bundeswettbewerb ein wichtiger Zwischenschritt auf der Reise zu mehr Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus.

A handwritten signature in dark ink, which appears to read 'Reinhard Meyer'. The signature is fluid and cursive, written on a light-colored background.

27 BEWERBUNGEN BUNDESWEIT



12 BUNDESLÄNDER • 6 TOURISMUSORTE • 12 DESTINATIONEN
8 SUBDESTINATIONEN ODER STÄDTE • 1 GROSSSTADT

INHALT

IMPRESSUM	2
VORWORT	3
27 BEWERBUNGEN BUNDESWEIT	4
WETTBEWERB	6
BEWERTUNG	8
SIEGER	10
FINALISTEN	12
SONDERPREISE	20
WEITERE NOMINIERTER	28
JURY & BEIRAT	35
ERKENNTNISSE	36
GLOSSAR	38



Diesen besonderen Wettbewerb zu gewinnen, bedeutet für die vielen Akteure des Biosphärengebiets Schwäbische Alb eine große Anerkennung ihrer Leistung. Gemeinsam wurde die Bewerbung durchgeführt, und gemeinsam wurde die Auszeichnung gefeiert. Wir freuen uns sehr über diesen Erfolg, der uns auch für die Zukunft motiviert, unsere Möglichkeiten einzubringen. Außerdem hatte die Teilnahme am Wettbewerb einen weiteren wichtigen Effekt: Die Ausarbeitung des Antrags machte uns deutlich, wo wir stehen und wo bzw. wie wir uns im Sinne unseres Leitgedankens „Mehr Qualität, mehr Schutz der Biodiversität, mehr regionale Wertschöpfung“ weiter verbessern können.

Petra Bernert, Leiterin der Geschäftsstelle des Biosphärengebiets Schwäbische Alb



WETTBEWERB



Bundeswettbewerb 2016/17 Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland

Die nachhaltige Tourismusentwicklung ist eine entscheidende Zukunftsaufgabe für den Deutschland-Tourismus. Der Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen stärkt das Engagement der Tourismusverantwortlichen und der Unternehmen vor Ort für eine nachhaltige Ausrichtung und macht die besten bereits existierenden Initiativen einer breiten Öffentlichkeit bekannt.

Mit dem im März 2016 erschienenen Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ wurden im Vorfeld des Wettbewerbs für die Tourismusdestinationen praktische Hilfestellungen und Anregungen zur Entwicklung in Richtung Nachhaltigkeit geliefert. Der Bundeswettbewerb griff die Inhalte des aktuellen Praxisleitfadens auf. Die Kriterien des Leitfadens dienten als Bewertungsgrundlage für die Expertenjury. Der Bundeswettbewerb knüpfte an den ersten „Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13“ an. Ziel war es, die Branche für das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus zu sensibilisieren, zur Anwendung des erarbeiteten Kriterien-Sets aus dem Praxisleitfaden zu motivieren und zur Entwicklung und Verbreitung tragfähiger Konzepte in Destinationen insgesamt beizutragen.

Auf Beschlussempfehlung des Ausschusses für Tourismus hatte sich der Deutsche Bundestag 2014 für die Fortsetzung des bundesweiten Wettbewerbs ausgesprochen. Die Auslobung erfolgte erneut durch den Deutschen Tourismusverband e. V. (DTV), unterstützt vom Bundesamt für Naturschutz (BfN) und

mit finanzieller Förderung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB).

Nachhaltigkeit zählt

Der Nachhaltigkeitsgedanke mit seinen drei Dimensionen – Ökologie, Ökonomie und Soziales, ergänzt um einen managementbezogenen Bereich – ist fester Bestandteil des Wettbewerbs. Die teilnehmenden Destinationen zeigten klare Wege auf, wie sie die Bedürfnisse der Gäste und der lokalen Bevölkerung mit denen des Natur- und Umweltschutzes verbinden und dabei parallel eine langfristig wirtschaftliche sowie sozial verträgliche Entwicklung anstreben. Weiterhin wurde nach Aspekten gefragt, wie die Tourismusakteure einen besonders effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen sichern und den Schutz und die nachhaltige Nutzung der biologischen Vielfalt sowie den Erhalt des kulturellen Erbes befördern.

Die prämierten Destinationen sind Vorbilder für die Umsetzung eines umwelt- und sozialverträglichen Qualitätstourismus in Deutschland. Für die Reisenden liefert der Wettbewerb Ideen, wie sie ihren Urlaub bewusster gestalten können, und macht ihnen Lust darauf, diesen in Deutschland zu verbringen. Um dies zu erreichen, wurden im Rahmen des Wettbewerbs Kommunikations- und Vermarktungsmaßnahmen als Preise eingesetzt.

Weitere Informationen zum Wettbewerb unter: www.bundeswettbewerb-tourismusdestinationen.de

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit



Prof. Dr. Hartmut Rein,
BTE Tourismus- und Regionalberatung /
Hochschule für nachhaltige Entwicklung
Eberswalde

Der diesjährige Bundeswettbewerb konnte lückenlos an den Erfolg der ersten Auszeichnungsrunde im Jahr 2012/13 anknüpfen. Es freut uns, dass sich auch dieses Mal wieder zahlreiche Tourismusdestinationen mit einer Vielzahl an innovativen Nachhaltigkeitskonzepten den 40 Kriterien des Wettbewerbs gestellt und somit die Relevanz des Themas Nachhaltigkeit im touristischen Kontext erneut bekräftigt haben. Eine Verstetigung des Wettbewerbs könnte in Zukunft einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, das Engagement von Reiseregionen für einen nachhaltigen Tourismus weiter zu stärken.

.....



Dr. Dirk Glaesser,
Direktor Nachhaltige Tourismusentwicklung
Welttourismusorganisation (UNWTO)

Ganz im Zeichen des von den Vereinten Nationen ausgerufenen „Internationalen Jahres des nachhaltigen Tourismus für Entwicklung 2017“ hat der Bundeswettbewerb wichtige Impulse zur Förderung der Nachhaltigkeit im Tourismus gegeben sowie originelle Best-Practice-Beispiele vorgestellt. Durch diesen Beitrag zur Bewusstseinsbildung sowie zur Inspiration von touristischen Akteuren und Regionen in Hinblick auf ein nachhaltige(re)s Destinationsmanagement unterstützte der Wettbewerb auch die definierten Ziele des aktuellen Themenjahres. Damit hat sich der Wettbewerb als Leuchtturm-Projekt für den nachhaltigen Tourismus präsentiert und in diesem Zusammenhang auch seine internationale Bedeutung unterstrichen.



Florian Pronold, Parlamentarischer Staatssekretär beim BMUB

BEWERTUNG

Bewerben konnten sich alle Tourismusorte, Städte bzw. kleinere Reisegebiete, klassische Tourismusregionen und Großstädte in Deutschland. Die Bewerberdestinationen mussten sich einer der vier Kategorien zuordnen lassen:

Eine **Destination** beschreibt eine Tourismusregion unterhalb der Landesebene.

Eine **Subdestination** ist ein Reisegebiet oder eine Stadt mit weniger als 100.000 Einwohnern innerhalb einer Tourismusdestination.

Eine **Großstadt** umfasst das Gebiet einer Stadt ab 100.000 Einwohnern.

Ein **Tourismusort** beschreibt eine Region, die mindestens das Gebiet einer Kommune und maximal die Fläche einer Gebietsgemeinschaft innerhalb eines Reisegebietes einnimmt. Zudem zählen zu dieser Kategorie Orte/Städte mit weniger als 20.000 Einwohnern bzw. keinem eigenen Stadtstatus.

Darüber hinaus mussten alle Bewerberdestinationen

- » von einer Tourismusorganisation geführt sein,
- » ein gemeinsames touristisches Konzept / eine Destinationsstrategie oder ein Leitbild umsetzen und
- » sich über einen gemeinsamen Außenauftritt wie z. B. eine Wort-Bildmarke und eine Website vermarkten.

Preise

Der Bundeswettbewerb bietet den Gewinnern die Möglichkeit, sich auf nationalem und internationalem Parkett als herausragende nachhaltige Qualitätsdestinationen Deutschlands zu präsentieren. Nicht nur die Siegerdestination gewinnt und profitiert, sondern auch die vier Finalisten des Bundeswettbewerbs sowie vier weitere Sonderpreisträger.

Die fünf besten Bewerber sowie die Gewinner der Sonderpreise erhielten folgende Kommunikations- und Marketingmaßnahmen:

- » eine festliche Siegerehrung in Berlin,
- » ein gesondertes Logo des Bundeswettbewerbs zur eigenen Vermarktung,
- » eine Veröffentlichung der ausgezeichneten Leistungen in dieser Publikation,
- » eine prominente Darstellung auf der Wettbewerbs-Internetseite und den Partnerwebseiten,
- » begleitende Pressearbeit im Rahmen des Wettbewerbs sowie
- » die Aufnahme in das Auslandsmarketingpaket der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT).

Die fünf besten Bewerber wurden zudem präsentiert:

- » im Rahmen einer bundesweiten Ströer-Mediakampagne in den Bahnhöfen ausgewählter deutscher Großstädte.

Die Siegerdestination erhielt darüber hinaus:

- » eine gesonderte Darstellung in allen Kommunikationsmitteln und
- » eine Anzeige im DB-Reiseplan auf ausgewählten deutschen ICE-Strecken.

Der Wettbewerb orientierte sich an den 40 Kriterien des DTV-Praxisleitfadens „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ und ermittelte die Leistungen aus den folgenden Bereichen:

Bewertung der Nachhaltigkeit

MANAGEMENT

Die Tourismusdestination hat Strategien und Konzepte erarbeitet, die auf den Nachhaltigkeitsprinzipien beruhen. Es existieren zudem Steuerungsmechanismen, um bestmögliche Voraussetzungen für eine nachhaltige Ausrichtung der Destination zu schaffen. Die Tourismusorganisation nimmt aktiv Einfluss auf die Entwicklung und die Gestaltung von nachhaltigen touristischen Angeboten der Destination.

ÖKONOMISCHE KRITERIEN

Der Tourismus der Destination leistet einen Beitrag zum wirtschaftlichen Wohlergehen der Bevölkerung und fördert die regionalwirtschaftlichen Strukturen vor Ort. Für die touristischen Leistungsträger existiert ein breites Angebot an Qualifizierungsmaßnahmen.

ÖKOLOGISCHE KRITERIEN

Der Schutz von Umwelt, Natur und Landschaft wird unterstützt. Die Destination trägt auch zum Erhalt der biologischen Vielfalt bei. Touristische Akteure gehen besonders effizient mit natürlichen Ressourcen um. Die Tourismusorganisation fördert eine nachhaltige Mobilität vor Ort und weist Gäste aktiv auf Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln hin. Es werden Maßnahmen zum Klimaschutz, zur Energieeinsparung, zur Energie- und Ressourceneffizienz ergriffen.

SOZIOKULTURELLE KRITERIEN

Durch das touristische Angebot werden regionsspezifische Traditionen sowie das kulturelle Erbe gestärkt. Der Tourismus leistet auch einen Beitrag zum Erhalt und zur Förderung von Gemeinwohl und Lebensqualität der gastgebenden Bevölkerung. Bürger vor Ort haben beispielsweise die Gelegenheit, sich an touristischen Entwicklungsprozessen zu beteiligen.

SCHWERPUNKTTHEMA UND LEUCHTTURM-ANGEBOT

Die Bewerber konnten eines von vier Schwerpunktthemen auswählen, in dem die Destination besondere Stärken besitzt. Die Destination präsentierte auch ein „Leuchtturm-Angebot“, welches das Schwerpunktthema touristisch gut aufarbeitet bzw. für den Gast besonders erlebbar macht. Das „Leuchtturm-Angebot“ sollte darüber hinaus bereits am Markt existieren, besonders innovativ sein und einen Vorbildcharakter für andere Destinationen besitzen. Für jedes Schwerpunktthema wurde ein eigener Sonderpreis ausgelobt.



Der Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ ist beim Deutschen Tourismusverband e.V. kostenlos als Print- und Online-Veröffentlichung erhältlich:
www.deutschartourismusverband.de (unter Service)

Download unter:
www.deutschartourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/leitfaden_nachhaltigkeit_160308.pdf





Das gefiel der Jury:

- » Das Biosphärengebiet ist ein gelungenes Beispiel dafür, wie Tourismus als Motor für eine nachhaltige Entwicklung auf gesamträumlicher Ebene funktionieren kann.
- » Durch die Schließung eines Militärgeländes – des Truppenübungsplatzes in Münsingen – wurde ein Konversionsprozess in Gang gesetzt, der mit der Schaffung des Biosphärenreservats zu einer konsequenten nachhaltigen Ausrichtung der Gesamtregion und einer Image-Wandlung par excellence führte.
- » Durch die Entwicklungen der vergangenen Jahre wurden „Lebensqualität“ und „Identität“ als Standortfaktoren etabliert, mit Nachhaltigkeit als Kernelement.
- » Eine Vielzahl an Tourismusangeboten, lokalen Produzenten und touristischen Organisationen zieht an einem Strang. Durch konsequente Netzwerkarbeit werden Synergien erzeugt und ein Wir-Gefühl geschaffen. Der gemeinsame Nenner von Qualität und Nachhaltigkeit erzeugt hochwertige wie emotionale Produkte und Angebote.
- » *Jury-Empfehlung:* das Biosphärenzentrum Schwäbische Alb mit verschiedenen interaktiven Elementen



BIOSPHERENGEBIET SCHWÄBISCHE ALB

Eine Region, die sich mit gutem Gewissen genießen lässt! Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb bietet mit seiner Albfläche und dem Vorland eine sehr abwechslungsreiche Landschaft. Unterschiedliche geologische Gegebenheiten, variierende klimatische Bedingungen sowie eine weit zurückreichende Form traditioneller Landnutzung machen die Alb zu einer Region mit vielen Facetten. Grund für die UNESCO, dieses Gebiet im Jahr 2009 als Biosphärenreservat zu adeln. Die Region ist perfekt geeignet für Naturbeobachtungen, das Erleben von Natur und Landschaft durch Wandern und Radfahren und das Genießen des kulinarischen regionalen Angebots.

Regionales Bewusstsein für nachhaltige Themen

Schon bei der UNESCO-Anerkennung der Biosphäre engagierten sich viele touristische Akteure. An der Erstellung des Rahmenkonzepts beteiligten sich über 200 Personen in verschiedenen Gremien, und über 1500 Bürger brachten Ideen für die nachhaltige Entwicklung der Region ein. Mit dem UNESCO-Status ist ein dynamischer Prozess in Gang gesetzt worden, der sich in einer Vielzahl von regionalen Initiativen widerspiegelt. So wurden seitdem über 200 nachhaltige Projekte auf den Weg gebracht. Fast die Hälfte der Investitionen floss dabei in den touristischen Bereich.

Qualität und Nachhaltigkeit im Schulterschluss

Bei der Erarbeitung neuer Produkte gilt im Biosphärengebiet stets der Leitgedanke: „Mehr Qualität, mehr Schutz der Biodiversität, mehr regionale Wertschöpfung“. Durch die gezielte Einbindung regionaler Produktvermarkter, der Gastronomie und Hotellerie werden Ideen und attraktive Angebote für Touristen entwickelt und umgesetzt. Beispielsweise erarbeiteten zwei Landkreise gemeinsam mit

den Tourismus-, Wander- und Naturschutzverbänden die Neukonzeption sämtlicher Wanderwege im und um das Biosphärengebiet Schwäbische Alb. Diese befindet sich jetzt in der Umsetzung.

Zertifizierte Partner des Biosphärengebiets verbinden den Ansatz eines gästeorientierten Naturerlebnisses mit einem hohen Qualitätsanspruch. Derzeit sind über 100 Unternehmen als Partner mit dabei. Die Kriterien sind vergleichsweise streng: So durchlaufen kleine Betriebe mindestens eine Energieeffizienz- oder Umweltberatung; größere Betriebe weisen eine Zertifizierung im Bereich Umweltschutz auf, und alle als Biosphärengebietspartner anerkannten Hotels haben das europäische Umweltmanagementsystem EMAS eingeführt, das strengste seiner Art in Europa.

Örtliche Gastronomen haben sich zudem als „Biosphären-gastgeber“ zusammengeschlossen, um ihre Verbundenheit mit dieser einzigartigen Kulturlandschaft und die Leidenschaft zu ihrer Arbeit zu unterstreichen. Bei ihnen können albtypische Produkte wie Dinkel, Linsen, Streuobstsaft oder erlesene Weine und Destillate in kreativen Kompositi-



onen genossen werden, oder man lässt in den liebevoll eingerichteten Unterkünften einfach die Seele baumeln.

Natur- und Umweltschutz

Generell wird im Biosphärengebiet auf eine umweltbewusste Entwicklung der Tourismusregion Wert gelegt. Dies geschieht durch eine kluge Kombination aus Besucherlenkung, Aktivierung von touristischen Akteuren, nachhaltiger Angebotsentwicklung und gästeorientierter Erlebbarmachung. So wurden im Rahmen der letztjährigen Projekte das Wanderwegenetz konsolidiert, 31 Prädikatswege ausgebaut, neun thematische Radtouren entwickelt und weitere Naturbeobachtungsmöglichkeiten geschaffen. Grundsätzlich werden über die Medien des Biosphärengebiets nur umwelt- und naturverträgliche Angebote beworben. Zudem gibt es klare Qualitätsstandards bei Wandern, Radfahren, Kulinarik und Naturbeobachtung.

Das Biosphärengebiet legt großen Wert auf eine umweltschonende Gästemobilität. So wurden etwa der Biosphärenbus eingerichtet sowie mehrere Freizeitbusse mit Fahrradanhängern ausgestattet und das Freizeitnetz verbessert. Zur ÖPNV-Optimierung wurde eine Erhebung bei den zertifizierten Partnern des Biosphärengebiets durchgeführt, deren Ergebnisse nun zur Umsetzung gebracht werden. Bei Großveranstaltungen werden die ÖPNV-Verbindungen aufgestockt. Dies führte schon zur Aufnahme zusätzlicher Linien in den regulären Fahrplan.



Weitere Informationen zur Siegerdestination unter: <http://biosphaerengebiet-alb.de>

SCHWERPUNKTTHEMA: REGIONALITÄT

Aus Bewährtem neue Erlebnismöglichkeiten schaffen – dies ist den Tourismusakteuren auf der Schwäbischen Alb gelungen. Kulturelle Identität ist hierbei ein Schlüsselfaktor, der auch strategisch im Rahmenkonzept des Biosphärengebiets festgeschrieben ist. Alle kulturellen Angebote müssen feste Qualitätsanforderungen erfüllen, um touristisch vermarktet werden zu können. Im Rahmen von regionalen Veranstaltungen, bei Leitprojekten und durch die Partnerinitiative wird ein kultur- und identitätsbewusstes Denken und Handeln gefördert, wodurch sich ein starkes Identitätsgefühl bei der Bevölkerung entwickeln konnte.

LEUCHTTURM-ANGEBOT: Ferienanlage Hofgut Hopfenburg

Die „Ferienanlage Hofgut Hopfenburg“ ist ein besonderer naturnaher und integrativer Übernachtungs- und Erlebnisanbieter. Sie offeriert eine Reihe unterschiedlichster Unterkünfte, die wie typische Behausungen der Biosphärenreservate der Welt und der Schwäbischen Alb gestaltet sind. Viele der Gebäude, Unterkünfte und Wagen stammen aus Biosphärenreservaten verschiedener Epochen und Länder und wurden importiert und restauriert. Zusätzlich gibt es Ferienwohnungen, Campingmöglichkeiten und bis zu 80 Wohnmobilstellplätze. Die regionale Ausrichtung der gesamten Anlage und ihrer Veranstaltungen ermöglicht dem Gast einen authentischen Urlaub.

Weitere Informationen unter:
<https://www.hofgut-hopfenburg.de>





Das gefiel der Jury:

- » Die enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen dem Biosphärenreservatsamt und den touristischen Entscheidungsträgern erzeugt Synergien in der Angebotsgestaltung.
- » Naturtouristische Angebote werden anhand des DTV-Praxisleitfadens „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ ausgestaltet und bestehende Angebote diesbezüglich optimiert.
- » Durch die aktive Teilnahme an Initiativen wie „Green Destinations“, der „Grünen Reisekarte Deutschland“ oder der TourCert-Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“ lässt sich die Region kontinuierlich prüfen, um sich weiterzuentwickeln.
- » Nachhaltige Mobilitätsangebote wie die SaarlandCard oder die Mitgliedschaft bei „Fahrtziel Natur“ schaffen Impulse für eine umweltschonende Fortbewegung von Gästen.
- » *Jury-Empfehlung:* Fahrt im Biosphärenbus 501 in Begleitung eines zertifizierten Landschaftsführers

BIOSPÄHÄRENRESERVAT BLIESGAU

Kulturhistorische Spuren, saarländische Herzlichkeit und reichhaltige Natur – das Biosphärenreservat Bliesgau ist ein Kleinod für Besucher. Gelegen in der südöstlichsten Ecke des Saarlands, besticht die Region durch eine vielfältige Kultur- und Naturlandschaft mit ausgedehnten Streuobstwiesen, wertvollen Buchenwäldern und einer eindrucksvollen Auenlandschaft. Mit seiner für einen ländlichen Raum hohen Bevölkerungsdichte und den städtischen Strukturen ist der Bliesgau jedoch auch für Kulturinteressierte sehenswert.

Bekenntnis zum nachhaltigen Tourismus

Bereits seit 2011 wird nachhaltiger Tourismus strategisch in der regionalen Tourismuskonzeption durch konkrete Zielsetzungen fixiert. Seitdem entwickelt sich die Region kontinuierlich im Bereich Nachhaltigkeit weiter. So haben sich die Tourismusverantwortlichen im Jahr 2016 bei der internationalen Initiative „Green Destinations“ prüfen lassen und wurden in die „Top 100 Sustainable Destinations“ aufgenommen. Sämtliche zertifizierten nachhaltigen Tourismusbetriebe sind auch auf der Grünen Reisekarte Deutschland aufgeführt. Seit diesem Jahr beteiligt sich die Biosphäre an der landesweiten Zertifizierung der Tourismusdestination Saarland als „Nachhaltiges Reiseziel“.

Förderung der Vernetzung

Die Vernetzung der Akteure untereinander ermöglicht eine gemeinsame und abgestimmte Tourismusarbeit. Der Biosphärenzweckverband und die Saarpfalz Touristik sind schon allein durch die gemeinsame Unterbringung eng miteinander verbunden und stimmen sich bei allen größeren Projekten und Maßnahmen ab. Darüber hinaus

erfolgt die Vernetzung mit der Landesmarketingorganisation und den Naturschutzverbänden über mehrere Gremien. Die Partnerbetriebe der Biosphäre Bliesgau treiben die nachhaltige touristische Entwicklung der Region voran und ermöglichen einen Mehrwert für Gäste und Kunden. Jeder Partner präsentiert sich als Botschafter des Biosphärenreservatsgedankens, bietet Qualität und einen besonderen Service, agiert umweltfreundlich und nachhaltig und ist regional engagiert.

Nachhaltige Angebote

Seit dem Jahr 2016 werden die naturtouristischen Angebote anhand des DTV-Praxisleitfadens „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ ausgestaltet. Grundsätzlich wird bei Angeboten darauf geachtet, dass vorwiegend Betriebe der Partner-Initiative ausgewählt werden. Die touristischen Attraktionen in der Region sollten allen Menschen zur Verfügung stehen. Deshalb werden mit dem Projekt „Barrierefreier Tourismus im Saarland“ Angebote wie der „barrierefreie Wanderweg“ in Kirkel oder das „Netzwerk Hören“ für Personen mit Einschränkungen entwickelt.

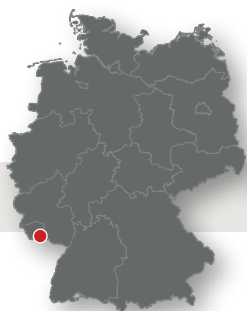


Umweltfreundliche Mobilität

Im Biosphärenreservat können sich Gäste auch bequem ohne Auto fortbewegen. Die im April 2017 eingeführte SaarlandCard ermöglicht es Übernachtungsgästen, die Region unentgeltlich mit Bus und Bahn zu erkunden und dabei zusätzlich über 60 Attraktionen im Saarland kostenfrei zu erleben. Darüber hinaus ist die Region Mitglied der Kooperation „Fahrtziel Natur“ und bekennt sich zu einer umweltfreundlichen Mobilität vor Ort. So wurde z. B. der Biosphärenbus im Jahr 2014 als besonders vorzeigbarer Schritt im Bereich Nachhaltige Mobilität mit dem „Fahrtziel Natur Award“ ausgezeichnet.

Regionale Wertschöpfung

Im Biosphärenreservat werden hochwertige und regional verankerte Produkte hergestellt. Ein eigener Bliesgau-Einkaufsführer stellt die wichtigsten regionalen Produkte und Läden zusammen. Die Stadt Blieskastel ist seit 2012 Mitglied der Gemeinschaft der cittaslow-Städte und bekennt sich damit zu einer regional nachhaltigen Stadtentwicklung. Partnerbetriebe der Biosphäre und regionale Produkte werden bei der Erstellung und Vermarktung touristischer Angebote berücksichtigt und integriert. Außerdem unterstützt die Saarpfalz Touristik die Organisation und Vermarktung von Biosphärenmärkten und Veranstaltungen mit regionalen Produzenten.



Weitere Informationen zum Bliesgau unter: www.biosphaere-bliesgau.eu

SCHWERPUNKTTHEMA: NATURERLEBNIS & BIOLOGISCHE VIelfALT

Die Destination als Ganzes steht unter dem Schutz des Biosphärenreservats. Zum Schutz von Ökosystemen werden von den Tourismusverantwortlichen verschiedene Projekte unterstützt, wie der Ausbau des grenzüberschreitenden Archäologieparks/Freilichtmuseums „Europäischer Kulturpark Bliesbruck-Reinheim“ oder gemeinsame Arbeitseinsätze der touristischen Partnerbetriebe auf einer Streuobstwiese.

Die Erlebbarmachung von biologischer Vielfalt setzt man in der Region engagiert um. Eigene ausgebildete Natur und Landschaftsführer bieten regelmäßig interessante Touren an und informieren über verschiedene Aspekte der Landschaft. Unterschiedliche touristische Bausteine zum Thema Biosphäre und Natur, eine Vielzahl an Umweltbildungsangeboten, ein eigener Veranstaltungskalender zum Thema Artenvielfalt und projektbezogene Besucherlenkungssysteme garantieren Gästen ein hochwertiges naturnahes Urlaubserlebnis.

LEUCHTTURM-ANGEBOT: WaldKultUrlaub

Mit dem naturorientierten Leuchtturm-Angebot „Wald KultUrlaub“ werden Touristen und Anwohner aktiv in den Mittelpunkt des natürlichen Geschehens des Waldes gestellt. Gäste können handwerkliche und praktische Einblicke in die Verarbeitung regionaler Holzarten bekommen und lernen traditionelle Holztechniken in einer faszinierenden Waldumgebung kennen. Unter dem Überbegriff laufen viele kleine wie größere Projekte und Angebote zusammen, z. B. „Waldness“, „WaldVital“ oder auch „WaldVision“.

Weitere Informationen unter: www.saarpfalz-touristik.de





NORDEIFEL

Nah dran – weit weg. Die Nordeifel stellt vor den Toren der großen Städte am Rhein unzählige Möglichkeiten in Aussicht, den Alltag hinter sich zu lassen. Als Teil des Mittelgebirges Eifel, Heimat des Nationalparks Eifel und zwei weiterer Naturparks ist die Region geprägt durch ihre einzigartigen Naturlandschaften. Aber auch kulturell wird einiges geboten: Vor allem Zeugnisse aus der Steinzeit, Römerzeit, dem Mittelalter und der Nachkriegszeit lassen sich in der Nordeifel hautnah erleben.

Nachhaltige Tourismusplanung

In enger Zusammenarbeit mit touristischen Partnern haben die Tourismusverantwortlichen in den vergangenen Jahren unterschiedliche Ansätze verfolgt, um die Nordeifel als nachhaltige Tourismusregion voranzubringen. So wurde die touristische Infrastruktur kontinuierlich weiterentwickelt, um den Bedürfnissen der Zielgruppen nach besonderen Naturerlebnissen gerecht zu werden. Entstanden sind z. B. Premiumwanderwege wie der Eifelsteig oder der vollständig barrierefreie Naturerlebnisraum „Wilder Kermeter“. Der Nationalpark Eifel lädt auch Nachtschwärmer ein, denn die Region wurde offiziell als zweiter Sternepark in Deutschland zertifiziert, und es können geführte Nachtwanderungen und Sternebeobachtungen durchgeführt werden. Ferner haben sich Gastgeber freiwillig als besonders „sternenfreundlich“ auszeichnen lassen. Sie haben sich speziell auf die Wünsche und Bedürfnisse von Gästen eingestellt, die spätabends oder nachts an Angeboten teilnehmen.

Naturschutz und -erlebnis

Die herausragende Natur und Landschaft sind das touristische Kapital der Nordeifel. Dessen sind sich die Touristiker

bewusst, und sie arbeiten entsprechend ihre Angebote aus. Unter dem Slogan „EifelNaturReisen“ können Gäste neue, ungewöhnliche Naturerlebnisse in der Region buchen. Sämtliche Angebote wurden sorgfältig und nach klaren Qualitätsanforderungen ausgewählt. Eine enge Abstimmung mit Naturschutzakteuren ist in der Region seit vielen Jahren erprobt. Hieraus entstehen stets neue spannende Angebote wie z. B. das Eifel-Trekking, bei dem Gäste mitten in der Natur und exklusiv auf besonderen Naturlagerplätzen zelten können. Die genauen Standorte werden dabei so lange geheim gehalten, bis man einen der Plätze gebucht hat.

Partnernetzwerke

Verschiedene Partnernetzwerke sichern in der Nordeifel regional verbundene und umweltbewusste Tourismusleistungen ab. Seit der Gründung des Nationalparks Eifel existiert das Netzwerk der Nationalpark-Gastgeber. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Erfüllung von ausgewählten Wahl- und Pflichtkriterien zu Qualität und Nachhaltigkeit. Alle Betriebe haben sich außerdem der Philosophie des Nationalparks Eifel verpflichtet und führen ihren Betrieb

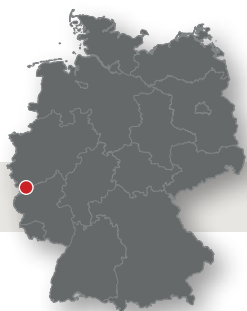
Das gefiel der Jury:

- » Die Nationalpark-Gastgeber identifizieren sich mit der Philosophie des Nationalparks und müssen ausgewählte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen.
- » Mit Formaten wie der Tourismusakademie Nordeifel, der Aktivakademie NRW oder der Netzwerkveranstaltung „NeTWorking Nordeifel“ werden Tourismusakteure qualifiziert.
- » Die touristische Infrastruktur, vor allem das Wander- und Radangebot, wurde in den letzten Jahren kontinuierlich weiterentwickelt.
- » Innovative Formate wie die Sternenregion Eifel oder das Eifel-Trekking ermöglichen die Entwicklung von attraktiven Angeboten und erschließen neue Gästegruppen.
- » *Jury-Empfehlung:* Besuch des modernen Nationalpark-Besucherzentrums in der ehemaligen NS-Ordensburg Vogelsang

entsprechend nachhaltig. Produkte und Dienstleistungen mit der Regionalmarke EIFEL stehen für geprüfte Qualität. Auch Gastgeber können Träger des gelben „e“ werden. Dieses wird jedoch nur dann an Betriebe und Unternehmen vergeben, wenn eine kontrollierte Qualität und Regionalität transparent nachgewiesen werden können. Alle teilnehmenden Betriebe bekennen sich zudem zu ihrer Verantwortung gegenüber dem Naturraum Eifel und zu ihrem Qualitätsversprechen. Im Klimaschutz ist die Initiative „KlimaTour Eifel“ aktiv. Hier werden klimafreundliche Betriebe und konkrete Angebotspauschalen präsentiert, und Gäste können den eigenen Klimafußabdruck ihrer Reise berechnen.

Qualifizierung der Akteure

Ein weiterer Schwerpunkt bei der Tourismusarbeit liegt auf der Qualifizierung der touristischen Betriebe. So bietet die Nordeifel Tourismus GmbH jährlich sechs Beratungstage für Tourismusunternehmen an, die sich weiterentwickeln und zukunftsfähig aufstellen wollen. Für Bewohner wird der Aktionstag „Zu Gast in der eigenen Heimat“ seit 2014 durchgeführt, bei dem die Bevölkerung auch Einblicke in die touristischen Betriebe bekommt. Seit 2015 wird außerdem die Netzwerkveranstaltung „NeTWorking Nordeifel“ angeboten, die zur besseren Vernetzung der Anbieter beitragen soll.



Weitere Informationen zur Nordeifel unter: www.nordeifel-tourismus.de

SCHWERPUNKTTHEMA: NACHHALTIGE MOBILITÄT

In den letzten Jahren hat durch das Engagement vieler Akteure das Verkehrsangebot für Touristen deutlich zugenommen. Es wurden neue ÖPNV-Verbindungen geschaffen, bedarfsorientierte Systeme wie TaxiBus und Anruf-Sammel-Taxi zusammengelegt und der Ausbau von Verleihstationen für Fahrräder und Pedelecs vorangetrieben. Neu hinzugekommen sind Busverbindungen zum barrierefreien Erlebnisraum „Wilder Kermeter“ und seit 2017 der Eifelsteig-Wanderbus. Tagesgäste, Übernachtungsgäste mit einem festen Standort, aber auch Etappenwanderer fühlen sich gleichermaßen durch das neue Angebot angesprochen.

Ein weiteres Angebot für Touristen ist die GästeCard. Sie ermöglicht Übernachtungsgästen in teilnehmenden Betrieben eine freie ÖPNV-Nutzung in den Verkehrsverbünden Rhein-Sieg und AVV sowie Rabatte bzw. Zusatzleistungen bei aktuell mehr als 30 touristischen Partnern.

LEUCHTTURM-ANGEBOT: Rad- und Wanderbahnhöfe

Mit dem Projekt „Rad- und Wanderbahnhöfe Nordeifel“ wurde die Qualität der Rad- und Wanderregion weiter ausgebaut. Insgesamt 19 Bahnhöfe konnten im Rahmen dieser Initiative instandgesetzt und modernisiert werden. Dafür wurden an den Standorten Besucherinformationen, Hinweisbeschilderung zu Ausstattungselementen und zu Rad- und Wanderwegen sowie Fahrrad-Luftpumpen, Rastplätze/Wanderbänke, Design-Fahrradständer und Info-Terminals mit Internetzugang zu touristischen Seiten der Region aufgestellt. Die damit gewonnene flächendeckende Infrastruktur und Erreichbarkeit sind ein neuer Luxus für Gäste und Anwohner gleichermaßen.

Weitere Informationen unter:
www.radundwanderbahnhoefe-eifel.de





NORDSEEINSEL JUIST

Entschleunigung pur! Die autofreie Nordseeinsel Juist – Teil des Niedersächsischen Nationalparks Wattenmeer und des UNESCO Weltnaturerbes Wattenmeer – fasziniert durch ihre beachtliche Artenvielfalt. Fast ein Viertel der deutschen Tier- und Pflanzenwelt ist hier heimisch. Auf Juist wird alles mit Verkehrsmitteln ohne Verbrennungsmotor transportiert. Dies prägt das Urlaubsempfinden und die Wahrnehmung Juists als „eine andere Welt“. So sind Erholung und Entspannung als entscheidende Kernelemente der Insel erlebbar.

Konsequente Nachhaltigkeitsausrichtung

Seit Jahren ist Juist auf dem Weg zu einer nachhaltigen Reiseregion. Es gibt Maßnahmen in den Bereichen Bildung, Partizipation, Forschung und Entwicklung. Ziele sind das Erreichen der Klimaneutralität bis 2030 und die Positionierung als führende Destination im nachhaltigen Tourismus weltweit. Aufgrund seiner konsequenten Aktivitäten wurde Juist im Jahr 2015 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis für Kleinstädte und Kommunen ausgezeichnet und ist damit bereits eine führende Destination im nachhaltigen Tourismus. Ende 2016 ist die Gesamtdestination Juist als Nachhaltiges Reiseziel von TourCert ausgezeichnet worden.

Naturschutz

Ungefähr 70 Prozent der Inselfläche liegen im Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer. Zum Schutz dieser Flächen werden daher keine neuen Baugebiete ausgewiesen, und touristische Aktivitäten finden nicht in der Ruhezone oder Schutzzone statt. Eine gezielte Besucherlenkung durch attraktive Infrastrukturen wie den Otto-Leege-Pfad führt die Touristen ohne negative Auswirkungen durch die sensiblen

Bereiche. Führungen des Nationalpark-Hauses zu Themen der Vogelkunde und des Watts ermöglichen Gästen, den Lebensraum Watt hautnah zu erleben.

Nachhaltige Angebotsgestaltung

Touristen können besonders umweltfreundliche und nachhaltige Tourismusbetriebe anhand von Symbolen im Gastgeberkatalog und im Internet finden, denn diese werden von der Kurverwaltung besonders beworben. Die Unternehmen haben sich einen Klimafußabdruck erstellen lassen, beziehen Strom aus regenerativen Quellen, setzen besondere umweltfreundliche Maßnahmen um, kaufen regionale, ökologisch verträgliche oder fair gehandelte Produkte oder engagieren sich insgesamt im Bereich Nachhaltigkeit. Seit diesem Jahr werden zudem Nachhaltigkeitsmerkmale für Gäste spielerisch aufbereitet.

Beteiligung der Bevölkerung

Die Insel und ihre Bewohner leben vom Tourismus. Umso wichtiger ist es, die Bevölkerung aktiv an der Tourismusplanung zu beteiligen. 2013 wurde eine Studie zur Wahrneh-



Das gefiel der Jury:

- » Die Insel zeigt bereits seit einigen Jahren ein erstaunliches Engagement im Klimaschutz und hat sich sehr ambitionierte Ziele gesetzt.
- » Die Kurverwaltung unterstützt Leistungsträger durch Informationsmaterialien, Infohefte und verschiedene Tipps für umweltfreundliches Wirtschaften.
- » Anhand von Symbolen werden besonders nachhaltige Tourismusbetriebe in den touristischen Kommunikationsmedien hervorgehoben.
- » Verschiedene Preise, Zertifikate und Auszeichnungen bestätigen bereits das hohe Engagement der Tourismusverantwortlichen.
- » *Jury-Empfehlung:* eine geführte Wattwanderung mit „Heino“ machen und die Lebenswelt des Wattenmeers kennenlernen



SCHWERPUNKTTHEMA: KLIMASCHUTZ, RESSOURCEN- UND ENERGIEEFFIZIENZ

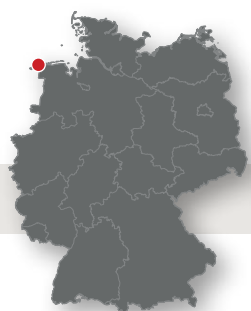
Juist ist Sonderpreisträger dieses Schwerpunktthemas. Weitere Informationen finden Sie auf Seite 26.



mung des Themas „Klimainsel“ durchgeführt, eine weitere folgt in diesem Jahr zur Wahrnehmung des nachhaltigen Tourismus. Bevölkerung und Tourismusbetriebe wurden zudem an der Entwicklung eines Leitbildes für den Tourismus auf der Insel beteiligt. 2017 wird zusammen mit den Bewohnern ein Lebensraumkonzept als Weiterführung des Leitbildes entwickelt, das die Wünsche und Erwartungen der Einheimischen in den Mittelpunkt stellt und zu deren Teilnahme alle Bürger eingeladen sind.

Regionale Erzeugnisse

Auf Juist selbst gibt es keine eigene Landwirtschaft und somit auch keine lokalen Produkte, deshalb werden sehr intensiv Produkte der Umgebung rund um die Nordsee beworben und bei den Tourismusakteuren eingesetzt. Durch diese regionalen Erzeugnisse wird eine stärkere Verbundenheit mit der Nordseeregion bei allen Akteuren hergestellt. Darüber hinaus wird aktuell eine Online-Vermarktungsplattform für Gastronomie, Einzelhandel und Verbraucher entwickelt, um das Problem der Verfügbarkeit von regionalen Produkten zu lösen, und es werden regionale Tage durchgeführt, an denen in den Läden der Insel die einheimischen Produkte besonders intensiv dargeboten werden.



Weitere Informationen zur Nordseeinsel Juist unter: www.juist.de



STADT CELLE

Nördlich von Hannover, südlich von Hamburg und an die Lüneburger Heide grenzend liegt die Stadt Celle mit rund 72.000 Einwohnern. Das historische Stadtbild ist durch 480 denkmalgeschützte Fachwerkhäuser geprägt – Celle besitzt damit das größte zusammenhängende Fachwerkensemble Europas. Besucher können in der Stadt einen bunten Mix aus Museen, Galerien, Theatern, Musikfestivals, Konzerten, Stadtfesten, Boutiquen, Cafés und Restaurants besuchen. Celle steht aber auch für einzigartige Landschaften. Die Südheide ist ein Paradies für Naturliebhaber. Auf mehr als 1000 Kilometern Radwegen können Touristen den Zauber der Landschaft „erfahren“ oder typische Heidedörfer wie etwa Hermannsburg kennenlernen.

Nachhaltige strategische Ausrichtung

Einen entscheidenden Meilenstein für die nachhaltige touristische Ausrichtung der Stadt hat man 2014 mit der Erstellung eines Tourismusleitbildes gelegt. Zusammen mit Tourismusakteuren, Experten aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik wurden Strategien für den Tourismus entwickelt, um sich zukünftig als nachhaltige Destination zu vermarkten. Seitdem lautet das Motto des Tourismus „Celle ex(Celle)nt nachhaltig“. Die Bevölkerung wurde aktiv in die Erstellung des Tourismus-Leitbildes einbezogen. Im Rahmen einer Bürgerbefragung konnten die Celler Einwohner ihre Meinung, Wünsche, Anregungen und Bedenken zur zukünftigen Entwicklung des Tourismus in der Stadt äußern. Im Frühjahr 2017 ist Celle mit dem Zertifikat „Nachhaltiges Reiseziel“ von TourCert ausgezeichnet worden. Mit dieser Zertifizierung verpflichten sich die Tourismusverantwortlichen der Stadt zu einer konsequenten Nachhaltigkeitsausrichtung und kontinuierlichen Verbesserung des Tourismusangebots. Die Celle Tourismus Marketing GmbH geht mit gutem Beispiel voran. Sie musste im Rahmen der

Zertifizierung eine Vielzahl an Kriterien erfüllen und ihre betriebsinternen Aktivitäten zur Nachhaltigkeit offenlegen. Es wurden Maßnahmen zur Verbesserung in Umweltbereichen festgelegt, eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt und erste Maßnahmen im Bürobereich direkt umgesetzt. Eine Unternehmensphilosophie wurde erstellt, die das Selbstverständnis und die Ziele der Tourismusorganisation zusammenfasst und als Leitbild für die Angestellten der Organisation dient.

Vernetzung der Akteure

Schon im Jahr 2008 hat sich Celle im Rahmen des Projekts „Nachhaltiges Celle – Wirtschaften für die Zukunft“ mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt. Insgesamt 21 Unternehmen und Institutionen haben sich auf freiwilliger Basis als Partnerbetrieb „Nachhaltiges Celle“ zertifizieren lassen. Mit dem neuen Tourismusleitbild wurde das Netzwerk der Partnerbetriebe neu aufgestellt. Die Akteure müssen nun verschiedene Anforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit erfüllen, um Partner werden zu können. Als



Das gefiel der Jury:

- » Die Stadt hat sich mit dem aktuellen Leitbild konsequent zu einem nachhaltigen Tourismus bekannt.
- » Tourismusakteure können einem Nachhaltigkeitsnetzwerk beitreten und müssen dafür konkrete Anforderungen erfüllen.
- » Besonders vorbildliche Betriebe stellen sich in einem eigenen Nachhaltigkeitsportal mit interessanten Geschichten selbst dar.
- » Bei Märkten und öffentlichen Veranstaltungen müssen Standbetreiber gewisse Aspekte zu Umweltfreundlichkeit erfüllen.
- » *Jury-Empfehlung: ein Besuch im Institut für Bienenkunde im französischen Garten von Celle*

Partner gehören die Leistungsträger zum offiziellen, geprüften nachhaltigen Angebot von Celle und werden über die Tourismusorganisation im In- und Ausland gesondert vermarktet.

Vermarktung

Auf einem neuen Internetportal finden sich bereits ausführliche Informationen zu nachhaltigen Reiseangeboten, und die nachhaltigen Partner sind detailliert präsentiert. Auf dem Portal werden auch weitergehende Empfehlungen für Tourismusbetriebe zur Verfügung gestellt, um sich zukünftig auch als nachhaltiger Partner des Tourismus vermarkten zu lassen. Ziel ist es, die Partnerbetriebe weiter in Richtung Nachhaltigkeit zu begleiten und zu qualifizieren.

Naturschutz

Auch Naturschutz spielt in der Region Celle eine wichtige Rolle. So ist die Celle Tourismus Marketing GmbH in verschiedenen Gremien mit Akteuren des Naturschutzes im Austausch und plant gemeinsame Aktivitäten in der Region. Ein Beispiel ist die Zusammenarbeit der Stadt mit dem NABU – hier werden Führungen durch die an die Stadt angrenzende Auenlandschaft angeboten. Informationstafeln und -material über die Naturlandschaft geben außerdem Auskünfte über die Allerniederung bei Celle.



Weitere Informationen zur Stadt Celle unter: www.celle-tourismus.de

SCHWERPUNKTTHEMA: REGIONALITÄT

Gäste in Celle sollen die Besonderheiten der Stadt nicht nur erkunden, sondern auch auf den Kunst-, Weihnachts- oder Weinmärkten mit allen Sinnen genießen. Bei diesen Veranstaltungen müssen die Standbetreiber bestimmte Anforderungen erfüllen, wie z. B. nur wieder verwertbares Bewirtungsmaterial einzusetzen oder beim Weihnachtsmarkt nur echtes Tannengrün zur Dekoration zu verwenden. Weitere Kriterien sind u. a. der regionale Bezug der Waren aus eigener Herstellung oder Qualitätsnachweise bei verkauften Produkten. Ein Gastronomieführer präsentiert alle regionalen Spezialitäten mit Rezepten zum Nachkochen oder Backen. Um den Gästen die regionalen Besonderheiten so anschaulich wie möglich zu machen, werden besondere Führungen wie „Celle an einem Tag“ oder „Deftiges Schnucken-Rendezvous“ als Entdeckertouren durch die Celler Altstadt bzw. die Region angeboten. Bestandteil dieser Touren ist stets die Verkostung kulinarischer Besonderheiten.

LEUCHTTURM-ANGEBOT: Genuss-Stadtführung

Das Leuchtturm-Angebot „Genuss-Stadtführung“ vermittelt die Geschichte, Traditionen und die Kultur der Stadt auf besondere, erlebbare Art und Weise. Der Gast erfährt in zwei Stunden Vieles über die Identität und Kultur der Stadt durch einen zertifizierten Gästeführer. Als Besonderheit werden ausgewählte, regional verankerte Gastronomiebetriebe oder Spezialitätengeschäfte vorgestellt und Verkostungen der regionalen Produkte angeboten und diese erläutert. Das Angebot kann auch in Kombination mit Übernachtungen bei nachhaltig zertifizierten Netzwerkpartnern gebucht werden.

Weitere Informationen unter:

<http://www.celle-tourismus.de/stadtfuehrungen-in-celle/themenfuehrungen-in-celle>



SONDERPREIS



SONDERPREIS NACHHALTIGE MOBILITÄT



SÄCHSISCHE SCHWEIZ

Die Sächsische Schweiz befindet sich im äußersten Südosten Deutschlands sowie im Norden Tschechiens und ist nur wenige Kilometer von der Landeshauptstadt Dresden entfernt. Die Landschaft fasziniert durch ihren Formenreichtum – mit Tafelbergen, Hochflächen, Felsenriffen und Felsnadeln, Schluchten, Wäldern sowie dem Elbtal. Etwa 170 der insgesamt über 700 Quadratkilometer, die die Region mit ihrer reichen Flora und Fauna umfasst, sind als Nationalpark geschützt.

Nachhaltigkeit im Leitbild

Nachhaltiger Tourismus ist in der Sächsischen Schweiz im Tourismusleitbild als Querschnittsthema strategisch fest verankert. 2017 wurde eigens eine touristische Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, um das Querschnittsthema als zentralen Bestandteil in der touristischen Arbeit zu etablieren. Ein Schwerpunkt hierbei liegt in der Gewährleistung einer sanften Mobilität für Gäste. Bereits seit vielen Jahren engagieren sich die Tourismusakteure in diesem Bereich und führen gemeinsam Projekte und Maßnahmen durch.

Fahrtziel Natur

Die Region ist seit 2003 Mitglied in der Kooperation „Fahrtziel Natur“, einer Initiative der Umweltverbände NABU und BUND, des Verkehrsclubs Deutschland (VCD) und der Deutschen Bahn, die strenge Zulassungsvoraussetzungen für eine Mitgliedschaft fordert. Ein Netzwerk von Akteursgruppen der Region arbeitet seit Jahren aktiv an der stetigen Weiterentwicklung umweltfreundlicher Fortbewegung. Im Rahmen dieses Netzwerks werden auch Aspekte betrachtet, die der Verbesserung der Mobilitätsleistungen und Verzahnung des Alltagsverkehrs mit dem Freizeitverkehr dienen, wie etwa die Anpassung der Linienführung und Taktzeiten oder die Abstimmung der

Kapazitätsgrößen und Ausstattung der Transportmittel auf touristische Bedürfnisse.

Mobilitätsplanung

Der Tourismusverband Sächsische Schweiz beteiligt sich auch an der Erstellung und Aktualisierung von Mobilitätskonzepten wie z. B. bei Wanderbuslinien, der Nationalparkbahn Sächsische Schweiz oder der Verbesserung des Wegeleitsystems an Bahnhöfen. Mitte 2017 ist auf Landkreisebene ein Mobilitätsmanager eingesetzt worden, der für die nächsten drei Jahre gezielte Maßnahmen für eine umweltfreundliche Mobilität auf Landkreisebene umsetzen wird.

Informationsbreite

Hinweise auf Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln werden in allen touristischen Print- und Online-medien der Region gegeben. Es gibt außerdem interaktive Infoterminals mit Touchscreen an mehr als 20 Standorten in der Region, vorrangig in den örtlichen Touristinformationen, die auch ÖPNV-Auskünfte erteilen. Jedes Jahr wird ein separater touristischer Fahrplan veröffentlicht, der dem Gast zielgenau und verständlich die Möglichkeiten der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel nahebringt und relevante



Fahrplaninformationen bereithält. In der Aktivbroschüre „Wanderromantik in der Nationalparkregion Sächsische Schweiz“ sowie in der Freizeitbroschüre sind alle Wandervorschläge mit umweltfreundlichen An- und Abreiseinformationen versehen.

Mobilitätsangebote vor Ort

Die Region hat vielerlei umweltfreundliche Mobilitätsangebote für Touristen zu bieten. So gibt es ein breites Netzwerk an E-Bike-Verleih- und Akkuladestationen, und es werden E-Bike-Radtouren ausgearbeitet. In Bad Schandau gilt die Gästekarte auch als Ticket für die Fähre und den Stadtbus. Elf touristisch besonders attraktive Buslinien fahren auf sächsischer Seite unter dem Namen „Wanderbus“.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Nationalparkbahn Sächsisch-Böhmische Schweiz

Die Nationalparkbahn Sächsisch-Böhmische Schweiz verbindet seit 2014 wieder die beiden Nationalparks und hat damit als öffentliches Verkehrsmittel ein neues attraktives Angebot für Gäste und Anwohner gleichermaßen geschaffen. Die seit 1945 stillgelegte Strecke wurde wiederbelebt und der Bahnhof Bad Schandau zum modernen Übergangspunkt zwischen S-Bahn, Nationalparkbahn, Fähre und mehreren Wanderbuslinien ausgebaut. Somit erhielt der neugestaltete Bahnhof den Titel „Erster Nationalparkbahnhof Deutschlands“ und wurde 2012 von der Allianz pro Schiene als „erster Bahnhof des Jahres“ in der Kategorie Tourismus prämiert.

Weitere Informationen zur Sächsischen Schweiz unter: www.saechsische-schweiz.de

SONDERPREIS NACHHALTIGE MOBILITÄT

Durch eine nachhaltige Mobilitätsplanung in Destinationen lässt sich eine Vielzahl an positiven ökologischen Effekten erreichen. Der reduzierte Energieverbrauch, die Senkung des Ausstoßes von Treibhausgasen und Luftschadstoffen sowie die Schonung natürlicher Ressourcen sind nur einige davon. Insgesamt sollen durch umweltschonende Mobilitätsformen sowohl die Aufenthaltsqualität der Urlauber als auch die Lebensqualität der Bewohner erhalten bzw. erhöht werden. Nachhaltige Mobilitätsleistungen müssen dabei die Gästebedürfnisse nach Ruhe und Entspannung erfüllen und gleichzeitig die vielfältigen Verflechtungen und Wechselwirkungen zwischen nachgefragten und angebotenen Verkehrsleistungen in Einklang bringen. Nicht zuletzt sollte gewährleistet sein, dass auch eine lückenlose Fortbewegung in der Destination möglich ist, ohne dabei Einschränkungen hinnehmen zu müssen.

Folgende Aspekte spielten bei der Bewertung des Schwerpunktthemas eine besondere Rolle:

- » ein innovatives und vernetztes Mobilitätskonzept, das verschiedene tourismusrelevante Verkehrsmittel und Einrichtungen miteinander verbindet
- » aktive Unterstützung und Sensibilisierung der Gäste zur umweltfreundlichen Anreise und Mobilität vor Ort
- » Entwicklung und Kommunikation von innovativen Mobilitätsangeboten
- » Leuchtturm-Angebot, das nachhaltige Mobilität in der Destination besonders gut darstellt

Das gefiel der Jury:

- » Die Region geht mit einer Vielzahl an Akteuren das Thema Sanfte Mobilität an.
- » Ein Mobilitätsmanager ist seit Mitte 2017 auf Landkreisebene im Einsatz, um gezielte Maßnahmen im Mobilitätsbereich umzusetzen.
- » Gäste werden über diverse Kanäle und an verschiedenen Stellen über umweltfreundliche Fortbewegungsmöglichkeiten informiert.



SONDERPREIS REGIONALITÄT



ALLGÄU

Das Allgäu mit seinem hügeligen Voralpenland und den Allgäuer Alpen gilt als Dorado für Aktivurlauber – im Sommer wie im Winter. Und auch Wellness-Liebhaber oder Kulturreisende finden im Allgäu die passende Erlebniswelt. Denn es ist eine der größten zusammenhängenden Tourismusregionen in Deutschland.

Regionalität im Markenkern

Bis 2020 möchte sich die Region als führender leistungsstarker und zukunftsorientierter Gestaltungsraum für Leben, Arbeiten und Urlaub im ländlichen Raum aufstellen. Den Kern der touristischen Strategie bildet dabei die Nachhaltigkeit, getragen durch die Vergabe des offiziellen Markenzeichens, das an Kriterien der Nachhaltigkeit gekoppelt ist. Möchte ein Betrieb Markenpartner werden, muss er die Kriterien der Marke Allgäu im Bereich der Nachhaltigkeit erfüllen. Alle Markenpartner verpflichten sich dazu, einmal im Jahr dazu zu berichten und Nachweise über Aktivitäten zu erbringen.

Grundsätzlich wird angestrebt, das Bewusstsein der Menschen für qualitativ hochwertige, gesunde und regionale Produkte wieder zu stärken. Maßgeblich ist dabei immer die regionale Herkunft, der Verzicht auf bedenkliche, schädliche oder genetisch veränderte Produkte und die Bodenständigkeit der Betriebe. Nur wenn ein Produkt all diese Kriterien erfüllt, darf es das Markenlogo tragen. Viele Partner der Marke Allgäu haben bereits auf eine höherwertige und gesündere Produktion umgestellt. Inzwischen wird ein ganzes Sortiment an regionalen Lebensmitteln angeboten, das über den Großhandel gezielt an lokale gastronomische Betriebe vertrieben wird. Alles ist

zu 100 Prozent im Allgäu hergestellt – und dabei auch von bester Qualität.

Einbindung regionaler Produkte

Im vergangenen Jahr haben sich sechs Markenpartner aus dem Bereich der Braukunst zusammengeschlossen und unter dem Mantel der Marke Allgäu zum 500. Jubiläum des Bayerischen Reinheitsgebots eine Bierbox unter dem Namen „Allgäuer Braukünstler“ auf den Markt gebracht, die die Gemeinschaftlichkeit und gleichzeitig die Vielfalt der Allgäuer Braukultur repräsentiert. Diese wird auch im Zusammenhang mit dem touristischen Geschäftsfeld Rad der Allgäu GmbH unter dem Gesichtspunkt Genuss-Radeln vermarktet – ebenso wie der regionale Käse.

Zu den bewusstseinsbildenden Maßnahmen der Allgäu GmbH gehört auch das Engagement im Rahmen der jährlichen Allgäuer Festwoche. Zusammen mit Partnern aus dem Bereich Landwirtschaft und Lebensmittel werden regionale und nachhaltig erzeugte Produkte beworben, z. B. Käse von lokalen Sennereien oder Wurst von Allgäuer Rindern.



LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Hochalpine Allgäuer Alpwirtschaftskultur und Alpgenuss – Ein immaterielles Kulturerbe

Mit dem Leuchtturm-Projekt „Hochalpine Allgäuer Alpwirtschaftskultur und Alpgenuss“ wird die Zusammenarbeit zweier Initiativen zur konsequenten nachhaltigen Bewirtschaftung der Allgäuer Alpen dargestellt. Die hochalpine Alpwirtschaft ist eine naturnahe und extensive Form der Landwirtschaft, die zur Formung einer artenreichen Kulturlandschaft beigetragen hat und die bis heute als lebendige Tradition mit langer Kulturgeschichte existiert. In derzeit 40 anerkannten Allgäuer Alpgenuss-Betrieben werden Produkte aus der Alpwirtschaft angeboten. Die Alpgenuss-Alpen sind damit wichtige Aushängeschilder der regionalen Direktvermarktung und Symbol für Qualität regionaler Erzeugnisse. Denn die Betriebe müssen Mindest-Qualitätsstandards erfüllen, überwiegend regionale Produkte herstellen, eine eigene Speisekarte verwenden, ihre Alm/Hütte entsprechend kennzeichnen, sich einem gemeinsamen Kontrollsystem unterstellen und an gemeinsamen Marketing-Aktionen teilnehmen. Mit diesem Projekt wurde ein Erfolgsmodell der nachhaltigen Berglandwirtschaft geschaffen, das einen dauerhaften und verantwortungsvollen Tourismus im Allgäu sicherstellt und neue touristische Produktformen abseits des alpinen Skitourismus bietet.

Weitere Informationen zum Allgäu unter: www.allgaeu.de

SONDERPREIS REGIONALITÄT

Regionalität vermittelt Qualität und schafft Vertrauen. Vor allem im Tourismus erzeugen regionale Produkte und Dienstleistungen eine gewisse Verbundenheit und Authentizität bei den Gästen. Dies wiederum kann zu einer langfristigen emotionalen Bindung der Urlauber an die Destination beitragen, weshalb die Einbindung lokaler Produkte und Dienstleistungen besonders wichtig ist. Dadurch werden die lokale Wertschöpfung erhöht und die Akzeptanz des Tourismus gefördert. Die Tourismusverantwortlichen einer Destination sollten als Impulsgeber und Mittler wirken, um regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken und lokale Akteure miteinander zu verknüpfen.

Bei der Bewertung des Schwerpunktthemas wurden folgende Aspekte honoriert:

- » Die Bewahrung des Kulturrums und der kulturellen Identität ist in der strategischen Tourismusplanung verankert.
- » Bedeutung von Qualität und Regionalität bei der Ausgestaltung kulturtouristischer Angebote
- » Maßnahmen zur Stärkung des Kultur- und Identitätsbewusstseins bei touristischen Akteuren
- » Leuchtturm-Angebot, das Regionalität in der Destination besonders gut darstellt

Das gefiel der Jury:

- » Die regionale Identität ist Teil der Marke Allgäu und muss von Markenpartnern gelebt werden.
- » Verschiedene regionale Initiativen werden in das touristische Angebot integriert und entsprechend vermarktet.
- » Durch die Alpgenuss-Alpen werden traditionelle Wirtschaftskulturen touristisch aufgewertet und für Gäste erlebbar gemacht.



SONDERPREIS BIOLOGISCHE VIelfALT & NATURERLEBNIS

PEENEREGION IN VORPOMMERN

Das weit verzweigte Flusssystem zwischen Mecklenburgischer Seenplatte und Ostseeküste beschreibt in seiner Ursprünglichkeit eine reizvolle Naturlandschaft. Für Urlauber wird eine Tour durch die Flusslandschaft der Peene mit deren artenreicher Tier- und Pflanzenwelt zur unverwechselbaren Entdeckungsreise, bei der Naturerleben, aktive Erholung und Regeneration der Sinne im Mittelpunkt stehen.

Artenreichtum

Bekannt ist das Peenetal durch seine großen flächendeckenden Fischotter- und Bibervorkommen. Zudem ist die Peene einer der fischartenreichsten Flüsse Deutschlands mit seltenen Spezies wie Flussneunauge und Steinbeißer. Die Flussniederung ist mit ca. 20.000 Hektar auch eines der größten zusammenhängenden Niedermoorgebiete Mittel- und Westeuropas. Sie zeigt den deutlichsten Ursprünglichkeitsgrad aller norddeutschen Flusstäler. Hier kommen seltene Moorpflanzen und -tiere wie Ostseeknabenkraut und Großer Feuerfalter vor. Außerdem ist fast das gesamte Tal Europäisches Vogelschutzgebiet, wo allein drei Adler- und drei Seeschwalbenarten brüten.

Qualität bei touristischen Angeboten

Bei der Erstellung und Vermarktung touristischer Angebote wird das Hauptaugenmerk auf Qualität statt Quantität gelegt. So werden unter der Produktmarke „Abenteuer Flusslandschaft“ ausschließlich nachhaltige Naturerlebnisangebote beworben. Die Anbieter werden in Zukunft außerdem nur in diese Marke einbezogen, wenn sie auch Partner des Naturparks sind. Der Naturpark setzt zudem ausschließlich zertifizierte Natur- und Landschaftsführer ein. Verhaltenshinweise für Besucher im Naturpark Flussland-

schaft Peenetal, an deren Erarbeitung auch touristische Akteure beteiligt waren, sollen als „Goldene Regeln“ den Gästen den verantwortungsvollen Umgang mit der Natur näherbringen.

Naturnahe Tourismusformen

Die Region zeichnet sich vor allem durch Wasserwanderwege, Radwege und Wanderwege aus. Es bestehen Anbindungen an Fernradwege wie Berlin-Usedom und Oder-Neiße sowie den sich im Aufbau befindlichen Naturwanderweg vom Schaalsee bis zur Insel Usedom. 2010 wurde die Region mit dem EDEN-Award für einen aufstrebenden und nachhaltigen Wassertourismus ausgezeichnet.

Touristische Angebotsgestaltung

Die Tourismusverantwortlichen arbeiten aktiv mit Naturschutzbehörden, Schutzgebietsverwaltungen und lokalen Anbietern zusammen, um das touristische Angebot umweltfreundlich und für Besucher attraktiv zu halten. Anbieter, die den Qualitätsanforderungen und den Verhaltensnormen des Naturparks genügen, werden z. B. in der Broschüre „Naturerlebnis- und Umweltbildungsangebote in der Naturparkregion Peenetal“ präsentiert. Naturschutzevents wie die „Fledermausnacht im Peenetal“ oder die



Abendwanderung „Von Himmelsziegen und Bibern“ unter naturschutzfachlicher Leitung (Naturpark Peenetal) bieten Gästen besondere Erlebnisse im Einklang mit der Natur.

Reinvestition

Ende 2014 initiierte der Nachhaltigkeitsrat über den Förderverein Naturpark Flusslandschaft Peenetal e. V. die Aktion „Peenetaler“, die sich neben Gästen u. a. auch an Tourismusbetriebe wendet. Diese können mit dem Erwerb von so genannten Peenetalern einen Teil ihrer Umsatzerlöse zur Pflege von Ökosystemen spenden, für die ansonsten keine Mittel zur Verfügung stünden.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Peenesafari im Solarboot

Das Leuchtturm-Angebot „Peenesafari im Solarboot“ ist ein innovatives und nachhaltiges touristisches Angebot an verschiedenen Standorten entlang der Peene. Im Rahmen einer geführten Tour in einem Solarboot werden Naturerlebnis und Umweltbildung mit regionaler Kulinarik und hohem Reisekomfort verbunden. An Bord gibt es auf Wunsch ein Catering aus regionalen Produkten. Während des Ausflugs erfahren die Teilnehmer etwas über die Besonderheiten von Flora und Fauna, die dabei durch die kaum vorhandenen Motorgeräusche und die umsichtige Fahrweise der zertifizierten Natur- und Landschaftsführer so wenig wie möglich gestört werden. Die Gruppengröße ist bewusst klein gewählt und beschränkt sich auf elf Gäste.

SONDERPREIS BIOLOGISCHE VIELFALT & NATURERLEBNIS

Naturerlebnis und biologische Vielfalt bilden für viele Tourismusdestinationen in Deutschland das Grundkapital, um langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Es liegt somit im Urinteresse der touristischen Akteure, die natürliche Attraktivität der Destination zu erhalten, um die eigene Geschäftsgrundlage zu sichern. Die Tourismusbranche kann dazu beitragen, dass Natur und Landschaft sowohl ideell als auch finanziell in Wert gesetzt werden, indem diese der Erschließung von Einnahmequellen dienen, die sowohl dem Erhalt der Natur- und Kulturlandschaften, als auch der lokalen Bevölkerung zugutekommen. Zudem sollten Erhalt und Schutz der biologischen Vielfalt unterstützt werden.

Folgende Aspekte wurden in diesem Schwerpunktthema bewertet:

- » Berücksichtigung des Schutzes der biologischen Vielfalt in der strategischen Tourismusplanung
- » Vorhandensein von Schutzgebieten bzw. Kooperationen mit Schutzgebietsvertretern
- » Festlegung von Qualitätsmerkmalen bei der Ausgestaltung naturtouristischer Angebote
- » Motivation von Tourismusbetrieben zur Umsetzung von Maßnahmen für den Schutz und das Erfahren natürlicher Vielfalt
- » Leuchtturm-Angebot, das die biologische Vielfalt in der Destination besonders gut erlebbar macht

Das gefiel der Jury:

- » Naturschutz und der Schutz der biologischen Vielfalt sind im touristischen Angebot fest verankert.
- » Tourismus- und Naturschutzakteure arbeiten Hand in Hand und entwickeln gemeinsam Naturerlebnisangebote sowie Naturschutzevents.
- » Mit der Regionalwährung „Peenetaler“ werden auch Maßnahmen zum Schutz von Ökosystemen unterstützt.

Weitere Informationen zur Peeneregion in Vorpommern unter: www.vorpommern.de



SONDERPREIS KLIMASCHUTZ, RESSOURCEN- UND ENERGIEEFFIZIENZ

NORDSEEINSEL JUIST

Die autofreie Nordseeinsel Juist gilt als Pionier im Bereich des regionalen Klimaschutzes und der Ressourceneffizienz. Sie hat sich das Ziel gesetzt, bis 2030 klimaneutrale Insel zu werden, und engagiert sich auch stark über die eigenen Grenzen hinaus. So wurde beispielsweise an der Entwicklung des Klimaschutzplans 2050 und an Empfehlungen zu einem klimafreundlichen Tourismus in Niedersachsen mitgearbeitet.

Klimaneutralität

Um dem Ziel der Klimaneutralität näherzukommen, wurde das Konzept „Energiewende Juist“ erstellt, das eine Potenzialanalyse zu allen erneuerbaren Energienutzungsmöglichkeiten und eine Bewertung des Klimaschutzkonzeptes beinhaltet. Des Weiteren wurden alle Liegenschaften der Gemeinde untersucht und konkrete Maßnahmenpläne entwickelt. Auf Grundlage dieser Daten wird aktuell gemeinsam mit der Bevölkerung und Unterstützung von Fachexperten ein Umsetzungskonzept zur Klimaneutralität erarbeitet. Die Kurverwaltung bezieht seit Jahren grünen Strom, druckt und versendet klimaneutral, verfügt über einen grünen Server und fördert nachhaltige Maßnahmen bei den Tourismusbetrieben. So bietet die Inselgemeinde kostengünstige Energieberatungen für die Tourismusanbieter an, es wird wöchentlich ein Veggietag in Restaurants durchgeführt, bei dem gesonderte vegetarische Speisen angeboten werden und der Zusammenhang zwischen CO₂-Emissionen und Fleischerzeugung dargestellt wird. Die Insel selbst hat ein Klimaschutzkonzept entwickelt und setzt es mit Unterstützung eines Klimaschutzmanagers um. Es gibt Projektstage in Kindergarten und Schule zum Energiesparen, und bei der jährlichen Kinderuniversität stehen diese Themen ebenso im Mittelpunkt. Erstmals wurde 2015

ein CO₂-Fußabdruck für die Touristeninformation erstellt und die verbleibenden Emissionen wurden kompensiert. Juist verfügt damit über die erste klimaneutrale Touristeninformation in Deutschland.

Erlebbarkeit

Weitere Aktivitäten wie die Aufklärungs-Kampagne „Juistus Klimaretter“ machen die Klimaschutzaktivitäten der Insel auch für Gäste erlebbar und motivieren touristische Leistungsträger, sich stärker in diesem Bereich zu engagieren. Voraussetzung für die Teilnahme an „Juistus Klimaretter“ ist, dass die Leistungsträger erfolgreich die CSR-Zertifizierung durch TourCert abgeschlossen und einen CO₂-Fußabdruck über Viabono erstellt haben. Dieser muss kontinuierlich verbessert werden. Dann erhalten die Leistungsträger ein „Juistus-Klimaretter-Schild“ für die Tür und zur eigenständigen Nutzung. Durch Piktogramme im Katalog und in der Buchungsplattform wird Gästen das Engagement der teilnehmenden Betriebe einfach und transparent angezeigt. Auf einer interaktiven Infosäule erhalten diese einen prominenten Platz. Natürlich können sie auch ein „Juistus-Klimaretter-Piktogramm“ im Katalog einsetzen. Seit 2017 ist Juist im Projekt „Klima-Cent“ als Modellregion aktiv, bei dem das System der Klimakompen-



sation unter die Lupe genommen und nach Finanzierungsoptionen gesucht wird, die Destinationen wie Juist helfen, in Klimaschutzprojekte zu investieren.

Klimaanpassung

Auch das Thema Anpassung an den Klimawandel nehmen die Tourismusakteure ernst. So wird im Rahmen eines aktuellen Projektes ein Konzept erarbeitet, wie sich die Tourismusakteure mit spezifischen Anpassungsmaßnahmen auf die Herausforderungen des Klimawandels einstellen können.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Juist unplugged – Nachhaltigkeit hinter den Kulissen

Das seit Juni 2017 laufende Leuchtturm-Angebot „Juist unplugged – Nachhaltigkeit hinter den Kulissen“ präsentiert mit einer 3½-stündigen Fahrradtour markante Nachhaltigkeits-Orte auf der Insel. Auf diese Weise soll das Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit erleb- und erfahrbar gemacht werden. An den Stationen erläutern kleine Vorträge die Aktivitäten der Inselgemeinde. Mit dem Rollstuhlfahrrad können auch mobilitätseingeschränkte Personen an den Touren teilnehmen. Juist ist mit diesem Projekt bereits beim niedersächsischen Innovationswettbewerb „Tourismus mit Zukunft 2016“ als Preisträger ausgezeichnet worden.

Weitere Informationen zur Nordseeinsel Juist unter: www.juist.de

SONDERPREIS KLIMASCHUTZ, RESSOURCEN- UND ENERGIEEFFIZIENZ

Die vom Tourismus benötigten natürlichen Ressourcen sollten effizient und minimal eingesetzt werden. Der schonende Umgang mit Energie, Wärme und Wasser kommt nicht nur der Umwelt zugute, sondern kann im Betrieb auch Einsparpotenziale bewirken. Seitens der Tourismusverantwortlichen sind die Sensibilisierung der Betriebe für Umweltbelange sowie die Berücksichtigung von Klimafreundlichkeit bei der Entwicklung touristischer Angebote von Bedeutung. Folgende Aspekte wurden in diesem Schwerpunktthema bewertet:

- » Berücksichtigung von Aspekten des Klimaschutzes, der Ressourcen- sowie der Energieeffizienz in der strategischen Tourismusplanung
- » Unterstützung von Kampagnen zur CO₂-Reduktion und zum umweltfreundlichen Verhalten in touristischen Betrieben
- » Berücksichtigung von Aspekten der Klimafreundlichkeit und der Ressourcen- und Energieeffizienz bei der touristischen Angebotsentwicklung
- » Leuchtturm-Angebot, das die Aspekte von Klimafreundlichkeit besonders gut erlebbar macht

Das gefiel der Jury:

- » Klimaschutz wird auf allen touristischen Ebenen der Insel ernst genommen und Maßnahmen hierzu werden umgesetzt.
- » Klimaschutzaktivitäten werden den Gästen spielerisch dargestellt.
- » Neben Klimaschutz werden auch Klimaanpassungsstrategien entwickelt.

WEITERE NOMINIERTE



Das gefiel der Jury:

- » Für die vermarkteten Produktlinien werden klare Qualitätsanforderungen gestellt, darunter sind auch umwelt- und nachhaltigkeitsbezogene Kriterien.
- » Die Ammergauer Alpen GmbH hat sich stark in der Ausweisung des geplanten Naturparks engagiert.
- » Die KönigsCard als Mobilitäts- und Gästekarte ermöglicht Touristen eine kostenlose Nutzung des ÖPNV.

Weitere Informationen unter: www.ammergauer-alpen.de

AMMERGAUER ALPEN

Die Ammergauer Alpen bieten vielfältige Angebote zur völligen Entspannung des Körpers und der Seele, Sehenswürdigkeiten und historische Ortschaften sowie Sporterlebnisse für Aktivurlauber und Familien. Ein internationales Top-Ereignis sind die Oberammergauer Passionsspiele, die seit 2014 zum UNESCO-Weltkulturerbe zählen.

Qualitätsstandard mit Nachhaltigkeitskriterien

2012 führte die Ammergauer Alpen GmbH einen eigenen Qualitätsstandard für Gastgeber ein, die sich an den Produktlinien Auszeit, Aktivzeit und Kulturzeit der Destination beteiligen. Bestandteil der in diesen Katalogen aufgelisteten Kriterien ist auch eine Zertifizierung nach Viabono, durch welche die Gastgeber zusätzliche Punkte erwerben können. Da für eine erfolgreiche Zertifizierung eine Mindestpunktzahl zu erzielen ist, werden die Gastgeber motiviert, zusätzliche Zertifikate zu erlangen und die Ausrichtung ihres Betriebs auch hinsichtlich Umweltschutz und Nachhaltigkeit kritisch zu prüfen.

Nachhaltige Mobilität

Die Region ist anerkanntes „Fahrtziel Natur“-Gebiet und bietet Gästen vielfältige umweltfreundliche Fortbewegungsmöglichkeiten, unter anderem eine entspannte Anreise mit der Bahn. Mit der elektronischen Gästekarte können Touristen außerdem kostenfrei in der Region mit dem Bus unterwegs sein und kommen zudem in den Genuss vieler vergünstigter Angebote.

Naturerlebnisse

Ein bereits umgesetztes nachhaltiges Projekt ist z.B. der Zeitberg am Hörnle. An verschiedenen Erlebnisstationen,

gestaltet in Zusammenarbeit mit einem örtlichen Schreiner, werden Flora und Fauna der Region erklärt und das Verständnis für Natur und Landwirtschaft gefördert. Die Stationen sind so angelegt, dass sie den Besuchern Rückzugsmöglichkeiten bieten und den Weidebetrieb nicht beeinträchtigen.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Ausweisung des Naturparks Ammergauer Alpen

Die Planung des Naturparks Ammergauer Alpen ist ein Leuchtturm-Projekt der letzten Jahre, das nun mit der Ausweisung im Sommer 2017 einen wichtigen Meilenstein erreichen konnte. Im Zuge dieses Projekts werden das komplette Wegenetz überarbeitet und in Einklang mit einer naturverträglichen Freizeitnutzung gebracht sowie Nutzungskonzepte für Outdoor-Aktivitäten erstellt. Eine gezielte Besucherlenkung und Maßnahmen zur Umweltbildung sollen den Naturraum weiter entlasten und dessen Wertschätzung fördern.





Weitere Informationen unter: www.mein-schwarzwald.de

Das gefiel der Jury:

- » Die Tourismusregion wurde von TourCert als Nachhaltiges Reiseziel zertifiziert und erfüllt damit Kriterien einer nachhaltigen Ausrichtung von Destinationen.
- » Ein Netzwerk von nachhaltigen Partnerbetrieben wird von der Tourismusorganisation in der Außenkommunikation hervorgehoben und schafft Orientierung bei der Auswahl nachhaltiger Tourismusleistungen.
- » Die Destination hat ein touristisches Mobilitätskonzept entwickelt und verschiedene Mobilitätsziele und Maßnahmen aufgestellt.
- » Tourismusbetriebe werden in der Destination unterstützt, wenn sie sich beim Klimaschutz engagieren.

NÖRDLICHER SCHWARZWALD

Der nördliche Schwarzwald bietet Urlaubern und Gästen ideale Voraussetzungen für Wandern, Radfahren, Entspannung und Erholung. Anhand von vier verschiedenen Themenbereichen werden Aktivurlauber, Wellness- und Gesundheitstouristen sowie Kulinarik- und Kulturliebhaber angesprochen.

Zertifizierung Nachhaltiges Reiseziel

Der bisher größte Meilenstein im Bereich Nachhaltigkeit wurde Anfang 2016 mit der Zertifizierung als Nachhaltiges Reiseziel gesetzt. Diese Auszeichnung wurde vergeben vom Ministerium der Justiz und für Europa des Landes Baden-Württemberg und der Zertifizierungsorganisation TourCert. Die Zertifizierung markiert den Beginn eines mehrjährigen Prozesses.

Nachhaltige Destinationsmanagement-Organisation

Die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald hat im Zusammenhang mit der Begutachtung einen Maßnahmenkatalog zusammengestellt, der Projekte für die nächsten drei Jahre beinhaltet, die hauptsächlich unter nachhaltigen Gesichtspunkten bewertet werden sollen. Sie hat es sich insgesamt zur Aufgabe gemacht, die touristischen Partner für Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und hier mit gutem Beispiel voranzugehen. Im Büro der Tourismusorganisation wird bereits auf Nachhaltigkeitsaspekte geachtet, es werden Stoffhandtücher verwendet, Ökospülmittel, regionaler und biologischer Kaffee sowie Ökostrom bezogen. Partner aus der Region werden bevorzugt, es wird auf Naturpapier gedruckt, und in der Kommunikation mit den Gästen wird die öffentliche Anreise in Verbindung mit der Mobilitätskarte KONUS immer an erster Stelle beworben.

Hervorhebung nachhaltiger Betriebe

Auf der Website werden nachhaltige Partnerbetriebe des Reiseziels mit einem Symbol gekennzeichnet. So werden auch nachhaltige Tourismusprodukte als solche kommuniziert und auf der Website dargestellt.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

E-Mobil-Paket 2016

Das Leuchtturm-Angebot „E-Mobil-Paket 2016“ ist ein Pauschalangebot zur Nutzung eines Elektroautos mit einer Auswahl weiterer Ausflugsangebote. Das Fahrzeug kann tageweise für 19 Euro ausgeliehen werden oder für zwei Tage in Verbindung mit einem attraktiven Paket, das Eintrittsgutscheine nach Wahl enthält. Hier wurden nur nachhaltige Partner der Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald berücksichtigt. 2017 wurde das Paket um weitere Elektroautos erweitert.



WEITERE NOMINIERT



Weitere Informationen unter: www.borkum.de

NORDSEEHEILBAD BORKUM

Das milde Reizklima, weite Sandstrände und das Inselstädtchen mit seinem kulturellen Angebot verleihen der Insel ihren eigenen Charme. Borkum bietet eine Vielzahl an Festen und Events an, die Traditionen, Kulinarik und Regionalität sowohl den Gästen, als auch der eigenen jüngeren Generation näherbringen sollen. Die Borkumfähre „Ostfriesland“ der AG Ems ist die erste Fähre in der EU, die auf umweltfreundliches Flüssiggas (LNG) umgerüstet wurde.

Umweltschutz

Die Insel engagiert sich stark in Umweltschutz und Energieeffizienz. So wird der Fuhrpark der Wirtschaftsbetriebe kontinuierlich auf Elektrofahrzeuge umgestellt, und alle Liegenschaften werden mit regenerativer Energie beliefert. Wichtige Betriebe der Insel nutzen moderne Energieeffizienz-Techniken und haben ein Energiemanagement etabliert. In Kooperation mit dem Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer führt die Destinationsmanagementorganisation (DMO) Lesungen, Führungen, Vorträge und Wanderungen in und um das Weltnaturerbe Wattenmeer durch. Beim so genannten „Clean Ocean Day“ wird dem Ortsverband des NABU ermöglicht, den gesammelten Strandmüll durch Fahrzeuge der Wirtschaftsbetriebe abholen zu lassen. Zusätzlich wurden zahlreiche Strandmüllboxen zum Entsorgen des Meeresmülls aufgestellt. Es werden ca. sechs Tonnen Meeresmüll jährlich von Gästen und Einheimischen aufgesammelt und entsorgt. Außerdem gibt es regelmäßige Termine, an denen Freiwillige die Insel von Müll befreien.

Urlaubs- und Lebensqualität

Borkum möchte sich langfristig als lebenswerteste und touristisch attraktivste ostfriesische Insel aufstellen. Für

Das gefiel der Jury:

- » Das Nordseeheilbad möchte sich als lebenswerteste und touristisch attraktivste ostfriesische Insel mit höchster Lebens- und Urlaubsqualität etablieren.
- » Veranstaltungen wie „Borkums Gerichte – Borkums Geschichte“ und „Kulinarischer Herbst“ präsentieren kulinarische Besonderheiten der Destination.
- » Mit der Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer erfolgt ein regelmäßiger Austausch, und es werden gemeinsame Projekte geplant und umgesetzt.
- » Bei den mit dem NABU organisierten Strandreinigungsaktionen zum „Clean Ocean Day“ werden jährlich ca. sechs Tonnen Meeresmüll aufgesammelt.

die Umsetzung dieses Ziels wurden neue Strukturteams gebildet. Eines von ihnen beschäftigt sich mit den Projekten und Maßnahmen, die dem Bereich Lebensgrundlagen zugeordnet sind. Dazu gehört neben einer Erhöhung der Lebensqualität auch die Schaffung attraktiver Ausbildungs- und Arbeitsplätze sowie bezahlbaren Wohnraums. Im Bereich Kultur haben es sich die Tourismusverantwortlichen auf die Fahne geschrieben, das Borkumer Platt zu fördern und als wichtigen Teil der Inselkultur stärker im Alltag zu integrieren.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Inselmusical „Up de Walvis“

Die örtliche Trachtengruppe als Leuchtturm-Angebot bewahrt das Kultur- und Identitätsbewusstsein mit zahlreichen Veranstaltungen wie dem Maibaumaufstellen und Jahresaussingen. Das zweimal jährlich stattfindende Inselmusical „Up de Walvis“ wird ebenso vom örtlichen Trachtenverein mit Tänzen und Shantys durchgeführt und begleitet.





Das gefiel der Jury:

- » Die Tourismusverantwortlichen haben eine detaillierte Analyse auf Grundlage des DTV-Praxisleitfadens „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ vorgenommen und Handlungsfelder daraus entwickelt.
- » Aktuell wird ein Vermarktungsstrang für nachhaltige Angebote aufgebaut.
- » Ein DMO-interner Nachhaltigkeitsleitfaden regelt Prozesse und Strukturen innerhalb der Tourismusorganisation.
- » Regionale Produkte und die Regionalmarke FEIN-HEIMISCH werden durch die Tourismusverantwortlichen unterstützt und in der Vermarktung eingesetzt.

Weitere Informationen unter: www.ostseefjordschlei.de

OSTSEEFJORD SCHLEI

Unter dem Motto „Mach mal langsam“ lädt die Destination Ostseefjord Schlei zum Ausspannen und Entschleunigen ein. In diesem Zusammenhang werden Aspekte der Naturverbundenheit und Nachhaltigkeit neu positioniert und hervorgehoben. Seit 2014 vermarktet die Region die Entschleunigung mit der Kampagne „Langsamkeit“. Kernangebote aus den Bereichen Regionale Produkte, Naturerlebnis, Wassererlebnis, Strand/Baden und Kunst/Kultur wurden hier als Schwerpunkte festgelegt.

Analyse des Status Quo

Seit 2016 werden bei den Maßnahmen der Tourismusorganisation die drei Nachhaltigkeitselemente Ökologie, Ökonomie und Soziales beachtet. Hierfür wurde ein Workshop zum Thema „Nachhaltigkeit in Hotellerie und Gastronomie“ mit ca. 80 Teilnehmern durchgeführt. Dabei wurden der DTV-Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ als Grundlage genommen und die Destination anhand der Kriterien des Leitfadens analysiert. Die daraus erarbeiteten Handlungsfelder werden nun kontinuierlich weiter bearbeitet.

Sensibilisierung touristischer Betriebe

In diversen Veranstaltungen versucht die Ostseefjord Schlei GmbH Leistungsträger in der Region für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und Schnittstellen zu schaffen. Bei der Veranstaltung „Regionales Frühstück“ etwa wurden die Gastronomen und Hoteliers der Region zu einem typisch regionalen Frühstück eingeladen und bekamen die Gelegenheit, mit einheimischen Produzenten und Lieferanten in Kontakt zu treten. Auf der touristischen Website werden regionale Spezialitäten aus dem Wasser

und vom Land dargestellt. Zudem werden regionale Cafés und Restaurants, Fischerei und Räucherei, Hofläden, Kunsthandwerk und Wochenmärkte vorgestellt.

Leitfaden zu Nachhaltigkeit in der DMO

Die Ostseefjord Schlei GmbH möchte als DMO mit gutem Beispiel vorangehen und hat hierfür einen betriebsinternen Nachhaltigkeitsleitfaden erstellt. In diesem werden Richtlinien und Handlungsoptionen beschrieben, die eine nachhaltige Orientierung voranbringen sollen.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Schleidörfertag

Das Leuchtturm-Angebot „Schleidörfertag“ ist ein Sommerfest für Gäste und Anwohner mit auf Regionalität ausgerichteten Rahmenprogramm. An einem Tag im Jahr wird der Fokus komplett auf die teilnehmenden Schleidörfer gelegt. Die Gemeinden feiern mit Urlaubern, Gästen und Anwohnern mit einem bunten Rahmenprogramm für Groß und Klein. Viele Handwerks- und Gastronomiebetriebe, freizeittouristische Anbieter und Künstler präsentieren sich und ihre Gemeinde.



WEITERE NOMINIERTE



Das gefiel der Jury:

- » Die Tourismusverantwortlichen tauschen sich regelmäßig mit Akteuren in der Region über „Gastgeber-Treffs“ aus.
- » Regionale Produkte werden durch diverse Maßnahmen touristisch vermarktet, wie beispielsweise über Naturparkwirte, die Marke „Kaiserlich genießen“ oder die Auszeichnung „Echte Gastlichkeit“.
- » Es erfolgen ein regelmäßiger Austausch mit Naturschutzakteuren und eine aktive Unterstützung bei der Ausbildung von Naturparkführern, Schwarzwald-Guides und Weinguides sowie Weinerlebnisführern.
- » Die KONUS-Karte gilt als Erfolgsmodell für touristische Mobilitätskarten.

Weitere Informationen unter: www.schwarzwald-tourismus.info

SCHWARZWALD

Der Schwarzwald begeistert durch seine vielfältige Landschaft mit breiten Tälern, engen Schluchten, sonnigen Bergkuppen – und mittendrin 320 Städten, Städtchen und Dörfern. Die Region bietet ganzjährig aktive Naturerlebnisse, darunter familienfreundliche Angebote und Wellness, überzeugt mit Kultur und regionaler Küche. Mehr als 30 Premiumwanderwege, rund 20 Qualitätswanderwege und zwei Qualitätsradwege bieten Gästen die Möglichkeit, mit der Natur auf Tuchfühlung zu gehen.

Naturschutz

Der Schwarzwald steht unter dem besonderen Schutz von zwei der größten deutschen Naturparks. Sie decken insgesamt mehr als zwei Drittel der Ferienregion ab. Dazu kommt der erste Nationalpark des Landes sowie ab 2017 ein neues Biosphärengebiet. Sowohl in den Wander- als auch in den Fahrrad- und Rundreiseangeboten der Region ist die Naturverträglichkeit oberste Prämisse. Vertreter der Schwarzwald Tourismus GmbH sind in Gremien der Großschutzgebiete im Schwarzwald eingebunden.

Regionalität

In den beiden Naturparks Südschwarzwald und Schwarzwald Mitte/Nord gibt es mehr als 100 Naturparkwirte, mit denen auch die Schwarzwald Tourismus GmbH kooperiert. Neben Naturpark-Märkten, auf denen lokale Produkte angeboten werden, haben sich die Naturparkwirte zum Ziel gesetzt, die einheimischen Produzenten zu unterstützen, ihr Angebot auf deren Erzeugnisse auszurichten und lokale Produkte zu verwenden. Wo immer es sinnvoll ist, werden lokale Produkte mit den entsprechenden Aktivitätsthemen verknüpft und transportiert. Die Schwarzwald Tourismus

GmbH hat ebenso Wirtschaftspartnerschaften mit lokalen Produzenten, z. B. Rothaus Bier, Faller Konfitüren oder Bad Peterstaler Mineralwasser.

Kulturelle Identität

Das touristische Angebot kann im Schwarzwald auf ein authentisches Brauchtum, die verbreitete Beschäftigung mit der identitätsprägenden Geschichte und auf zahlreiche Feste zurückgreifen. Im Gegenzug wird dadurch die identitätsprägende Wirkung von Festen, Brauchtum und Zeugnissen regionaler Kulturgeschichte nach innen gestärkt.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

KONUS-Gästecard

Das Leuchtturm-Angebot „KONUS-Gästecard“ ermöglicht freie Fahrten mit Bus und Bahn im ÖPNV für alle Übernachtungsgäste in über 140 Ferienorten. Wer bei einem der rund 11.000 Gastgeber eine Übernachtung bucht, kommt in den Genuss dieser Gästekarte und kann beliebig viel und lang mit öffentlichen Verkehrsmitteln fahren.





Weitere Informationen unter: www.st-peter-ording.de

Das gefiel der Jury:

- » Es gibt einen intensiven und regelmäßigen Austausch der Tourismusakteure aller Ebenen durch verschiedene Formate wie Gastgeberwerkstatt oder Hotelier-Stammtisch.
- » Naturerlebnisangebote werden nach Grundsätzen der Naturverträglichkeit ausgestaltet.
- » Unter dem Motto „SPO klart auf!“ werden mehrmals im Jahr mit verschiedenen Akteuren Strandreinigungsaktionen durchgeführt.
- » Betriebe werden durch diverse Maßnahmen und in Kooperation mit Partnern zur Umsetzung eines betrieblichen Klima- und Umweltschutzes motiviert.

ST. PETER-ORDING

Das Nordseeheil- und Schwefelbad St. Peter-Ording liegt im Westen der Halbinsel Eiderstedt in Schleswig-Holstein. Einzigartig: der feine zwölf Kilometer lange und bis zu zwei Kilometer breite Sandstrand. Dieser ist Teil des Nationalparks und UNESCO-Weltnaturerbes Wattenmeer. Seit November 2016 ist die Gemeinde Nationalpark-Partner und verpflichtet sich somit einer nachhaltigen Ausrichtung.

Austausch mit Akteuren

Die Tourismuszentrale St. Peter-Ording (TZ SPO) führt eine Reihe von Veranstaltungsformaten zum Austausch der Tourismusakteure durch bzw. unterstützt diese. Die Reihe „TZ im Dialog“ informiert in der Nebensaison regelmäßig in 90 Minuten über diverse touristische Themen mit Unterstützung durch interne und externe Referenten und begleitet von einer aktiven Pressearbeit. Das Format schafft Transparenz der Arbeit der TZ SPO, vermittelt Wissen, setzt Impulse und schafft Vertrauen. Bei der Gastgeberwerkstatt lädt die Tourismuszentrale Vermieter zu verschiedenen Themen ein. Und der Hotelier-Stammtisch dient dem Austausch von Führungskräften der Beherbergungsbetriebe in der Region. Das Thema Nachhaltigkeit wird kontinuierlich bei Veranstaltungen diskutiert und im Rahmen von Workshops gemeinsam bearbeitet.

Naturschutz

Der Strand von St. Peter-Ording wurde in den letzten Jahren weiter geschützt. Diverse Regelungen sichern Naturnähe und bewahren vor Überlastungen. So sind größere Events genehmigungspflichtig, und es gibt einen Leitfaden, der den Rahmen der Möglichkeiten der Nutzung und Umsetzung von Veranstaltungen festlegt. Gleiches gilt

für gewerbliche Nutzungen. Zum Beispiel sind Drehs und Shootings am Strand für Autowerbung komplett untersagt. 2015 hat die Tourismusorganisation die Aktion „SPO klart auf!“ ins Leben gerufen. Diese publikumswirksame Strandreinigungsaktion mit jeweils rund 100 Teilnehmern findet zweimal pro Jahr in Kooperation mit Partnern aus Tourismus, Wirtschaft, Naturschutz und Wassersport statt und soll zur Müllproblematik an Küsten sensibilisieren.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Naturerlebniswoche

Das Leuchtturm-Angebot „Naturerlebniswoche“ bündelt eine Vielzahl an Naturerlebnisangeboten in einem Format. Vom Vogelkiek bis zur klassischen Wattwanderung, von der Bernsteinsuche bis zum Wildkräuterbrotbacken, von der spirituellen bis zur literarischen Strandwanderung können Gäste und Bewohner die Naturvielfalt der Region bestaunen. Die Woche findet außerhalb von Ferienzeiten und Brückentagen statt und soll somit die Nebensaison stärken. Besonders aktiv werden dabei die Nationalparkpartner, die sich auch selbst interessante Veranstaltungen einfallen lassen.



WEITERE NOMINIERT



Weitere Informationen unter: www.tourismus-uckermark.de

UCKERMARK

In der brandenburgischen Destination Uckermark steht das Erleben von Natur im Vordergrund. Über 60 Prozent der Fläche sind als Naturlandschaften geschützt. Als eines der am dünnsten besiedelten Gebiete Deutschlands bietet die Uckermark beste Bedingungen für Ruhe und Entschleunigung. Naturtourismusaktivitäten wie Radfahren, Wasseraktivitäten und Wandern stehen an erster Stelle. Ergänzt werden diese durch kulturelle Angebote an besonderen Orten und regionale Produkte. Eine nachhaltige Tourismusentwicklung soll diese Grundlagen und auch die Nutzung langfristig sichern.

Partnerprogramme für Tourismusakteure

Bereits 2012 wurde ein breit gefächertes Netzwerk von nachhaltig agierenden Tourismusanbietern aufgebaut. Themen wie Klima- und Umweltschutz sind dabei fest im Handeln der Akteure verankert. Anbieter des Netzwerks „Ferien fürs Klima“ müssen anhand festgelegter Kriterien bezeugen, dass sie den Nachhaltigkeitsgedanken in ihrer Unternehmensphilosophie festgeschrieben haben. Dazu zählen Mitarbeiterschulungen zum Klimaschutz, die Nutzung von Ökostrom oder eine eigene Energieerzeugung, die Motivation der Gäste zu einer autofreien Anreise und die Verarbeitung regionaler Produkte und Lebensmittel. Seit 2013 gibt es darüber hinaus die Partner-Initiative Uckermark der Nationalen Naturlandschaften für Betriebe, die sich mit den Schutzgebieten in besonderem Maße identifizieren und auch nachweislich nachhaltig wirtschaften.

Nachhaltigkeitsleitbild

Gemeinsam mit einer Vielzahl an regionalen Akteuren wurde 2013 das touristische Nachhaltigkeitsleitbild für

Das gefiel der Jury:

- » Das Leistungsträgernetzwerk „Ferien fürs Klima“ und die Partnerprogramme der Nationalen Naturlandschaften heben das Engagement von verantwortungsvollen Tourismusakteuren hervor.
- » Nachhaltige Leistungen der Tourismusbetriebe werden von der DMO deutlich kommuniziert und anschaulich dargestellt.
- » Ein touristisches Nachhaltigkeitsleitbild gibt allen Tourismusakteuren Orientierung hinsichtlich der touristischen Entwicklung der Region.
- » Diverse Projekte mit Naturschutzakteuren sichern eine naturnahe Gestaltung des Tourismus.

die Uckermark verabschiedet, das klare Leitlinien für die zukunftsfähige Entwicklung des Tourismus in der Destination darstellt. 2016 hat sich die Region auf den Weg zur Zertifizierung als Nachhaltiges Reiseziel begeben, um die nachhaltige Ausrichtung des Tourismus weiter zu verstetigen und neue Impulse zu setzen.

LEUCHTTURM-ANGEBOT:

Gutshof Kraatz

Beim Leuchtturm-Angebot „Gutshof Kraatz“ handelt es sich um einen barrierefreien Erlebnishof und Erzeuger regionaler Produkte. Der Hof wurde mit ökologischen Materialien und historischen Baustoffen renoviert und beherbergt ein kleines Restaurant und einen eigenen Hofladen. Besonderer Wert wird auf die Erhaltung der eigenen Obstwiesen gelegt, auf denen noch heute alte Apfelsorten und landschaftsprägende Obstbäume zu finden sind. Das Gut ist in verschiedenen Netzwerken und Partnerinitiativen der Region und des Naturparks aktiv und wurde für sein nachhaltiges Engagement bereits mit mehreren Auszeichnungen prämiert.



JURY & BEIRAT

Die unabhängige Expertenjury brachte Erfahrungen und Wissen aus Kommunen, Verbänden, Unternehmen und Politik in den Entscheidungsprozess ein. Sie bereiste und bewertete die Finalisten und entschied über die Preisträger des Bundeswettbewerbs.



Kai de Graaf
Ameropa Reisen
GmbH



Beate Job-Hoben
Bundesamt für
Naturschutz



Dr. Stefanie Pfahl
Bundesministerium
für Umwelt, Natur-
schutz, Bau und
Reaktorsicherheit



Gabriele Kuczmierczyk
Bundesministerium für
Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



Dr. Kathrin Bürglen
DB-Vertrieb GmbH



Dirk Dunkelberg
Deutscher Tourismus-
verband e.V.



Iris Hegemann
Deutscher Tourismus-
verband e.V.



Olaf Schlieper
Deutsche Zentrale für
Tourismus e.V.



Petra Thomas
forum anders
reisen e.V.



Rolf Spittler
Ö.T.E.-Ökologischer
Tourismus in
Europa e.V.



**Martina von
Münchhausen**
WWF Deutschland



Hubert Buhl
Deutscher Städte- und
Gemeindebund e.V.

Der projektbegleitende Beirat, dem Fachleute aus allen wichtigen Segmenten der Tourismusbranche, von Verbänden und Ministerien angehören, stand beratend zur Seite.

- » Dr. Marion Weber, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
- » Carsten Hansen, Deutscher Städte- und Gemeindebund e.V.
- » Claudia Gilles, Deutscher Tourismusverband e.V.
- » Dr. Andreas Zimmer, Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- » Andreas Braun, Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
- » Felix Frost, TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
- » Harald Machur, Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
- » Birgit Grauvogel, Tourismus Zentrale Saarland GmbH
- » Kim Hartwig, Clustermanagement Tourismus, WTSH GmbH

Der Bundeswettbewerb präsentierte eine Vielzahl an überzeugenden Konzepten und innovativen Instrumenten für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in deutschen Tourismusdestinationen. Die insgesamt 27 Bewerber aus zwölf Bundesländern haben unter Beweis gestellt, dass sie gemeinsam mit Partnern konsequent für eine umwelt- und sozialverträgliche Ausgestaltung des Wirtschaftsfaktors Tourismus arbeiten. Mit der Überprüfung der 40 Nachhaltigkeitskriterien aus dem Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“ wurde ein klares Raster an zu erfüllenden Anforderungen bereitgestellt. Nichtsdestotrotz braucht es einen gewissen Spielraum für die jeweiligen spezifischen natürlichen und strukturellen Voraussetzungen in den einzelnen Destinationen. Anhand von Schwerpunktthemen konnten die Bewerberregionen ihre Stärken in bestimmten Bereichen daher gesondert präsentieren und überzeugten dabei mit vielfältigen Ideen und Maßnahmen von hoher Qualität.

Folgende Bereiche werden im Ergebnis der Auswertungen als besonders relevant für zukünftige Anstrengungen aller Tourismusdestinationen eingestuft:

Konkrete Angebote schaffen

Auch in Zukunft bleibt es von ausschlaggebender Bedeutung, dass die meist theoretisch formulierten Anforderungen einer nachhaltigen touristischen Ausrichtung in anschauliche und leicht verfügbare Angebote münden. Aktuell werden konkrete Angebote von Touristen noch nicht gefunden, nicht zuletzt aufgrund einer fehlenden transparenten Vermarktung nachhaltiger Tourismusprodukte. Dabei sollten die Leistungen so ausgestaltet sein, dass die Nachhaltigkeitsaspekte nicht als Verzicht, sondern vielmehr als zusätzliche Qualitätsversprechen für Gäste gelten. Hierfür müssen sie gästorientiert aufbereitet und leicht verständlich dargestellt werden. Zudem bieten viele Nachhaltigkeitsmerkmale auch eine ideale Plattform für Storytelling und eine Authentizität des Angebots.

Strategische Ganzheitlichkeit

Auf der strategischen Ebene ist ein destinationsweites Verständnis von Nachhaltigkeit notwendig, damit alle relevanten Akteure an einem Strang ziehen können. Tourismuskonzepte bzw. Destinationsstrategien sollten daher einen klaren Bezug zur nachhaltigen Gesamtausrichtung geben und diesen auch anhand von konkreten Zielen sowie Maßnahmen untersetzen.

Nachhaltigkeit darf dabei nicht als zusätzliches Tourismusthema behandelt werden, sondern sollte sich vielmehr als Querschnittsbereich entlang aller touristischen Themenfelder wiederfinden. Ein entscheidendes Hemmnis dabei ist jedoch oftmals das Fehlen von personellen und finanziellen Mitteln in den DMOs. Ohne klar zugeteilte Ressourcen wird eine nachhaltige Orientierung nicht ihre potenziellen Wirkungen entfalten können. Zudem lassen sich die Bereiche Nachhaltigkeit und Qualität kaum getrennt voneinander betrachten und sollten daher auch im strategischen Kontext als sich ergänzende Aspekte bearbeitet werden. Inhaltliche und ggf. auch personelle Schnittstellen sind hierfür herauszuarbeiten und direkte Bezüge herzustellen.

Nachhaltiges Handeln in Betrieben

Ohne das Engagement und die Bereitschaft von Tourismusbetrieben, ihre Leistungen umwelt- und sozialverträglich auszu-

gestalten, wird es nicht möglich sein, die Destination in Richtung Nachhaltigkeit zu bewegen. Die Tourismusorganisation ist angehalten, ihre Leistungsträger zu ermutigen, sich an Zertifizierungen mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit zu beteiligen. Aufgrund der großen Vielfalt an Zertifizierungs-

systemen wird hierfür jedoch eine bessere Übersichtlichkeit zur Qualität und Ausrichtung einzelner Zertifikate benötigt.

Ein konsequenter Ressourcenschutz kann nur erfolgen, wenn sich die Destination über die gesetzlichen Grundlagen hinaus für Energieeffizienz, CO₂-Einsparung und die Reduktion von Wasserverbrauch sowie Abfallvermeidung in touristischen Betrieben einsetzt. Eine klare Zielangabe auch von Seiten politischer Akteure kann hierfür impulsgebend sein.

Sanfte Mobilität

Einen weiteren Schlüsselfaktor für nachhaltigen Tourismus stellt die umweltschonende Mobilität dar. Hier gehen die Preisträger des Bundeswettbewerbs mit innovativen Beispielen voran und beweisen, dass eine An- und Abreise clever mit nachhaltigen Mobilitätsangeboten vor Ort kombiniert werden kann. Vorbildliche Instrumente der Tourismusregionen sind Carsharing-Angebote, die kostenlose ÖPNV-Nutzung in der gesamten Region, touristische Gästekarten und E-Bike-Netze. In Zukunft wird die Elektromobilität, allem voran der Ausbau von E-Auto-Systemen, weiter an Bedeutung gewinnen.

Aufgrund der großen Vielfalt an Zertifizierungssystemen wird eine bessere Übersichtlichkeit zur Qualität und Ausrichtung einzelner Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifikate benötigt.

Förderung und Umsetzung von kooperativen Prozessen

Nur eine mit sämtlichen Anspruchsgruppen abgestimmte Tourismusplanung führt zum Erfolg. Die Destinationsmanagementorganisation selbst hat nur eingeschränkte Handlungsspielräume für Nachhaltigkeitsprozesse und kann vor allem Anstöße geben sowie koordinierend wirken.

Tourismusverantwortliche und touristische Betriebe sollten daher bei der Planung und Umsetzung von Projekten alle beteiligten Akteure von Beginn an einbeziehen. Zu nennen sind beispielsweise Natur- und Umweltschutzverbände sowie Schutzgebietsverwaltungen, aber auch kulturelle Akteure, Natursportverbände und Vertreter aus Land- und Forstwirtschaft. Hier können zunächst Themenschwerpunkte gebildet werden, die kontinuierlich abgearbeitet werden. Auch die Tourismusakteure untereinander sollten im regelmäßigen Austausch stehen und miteinander kooperieren –

die DMO kann hierfür die koordinierende Funktion ausüben. Des Weiteren ist eine Netzwerkbildung der engagierten Destinationen untereinander anzuregen, um einen gemeinsamen aktiven Austausch über die realisierten und geplanten Nachhaltigkeitsinitiativen zu ermöglichen. Mit solch einem Austausch können Synergien entstehen, die Win-Win-Situationen für die Regionen an sich ermöglichen, aber auch eine regionsübergreifende nachhaltige Entwicklung des Tourismus durch die Akteure selbst voranbringen.

Nachhaltige Ausrichtung aller Destinationsarten

Der diesjährige Wettbewerb hat bereits den Anspruch erhoben, allen Destinationsarten eine Teilnahme zu ermöglichen. Mit Erfolg: Viele kleinere Tourismusstrukturen, aber auch Kleinstädte und größere Flächendestinationen reichten ihre aussagekräftigen Bewerbungen ein. Größere Städte hingegen fühlten sich durch den Bundeswettbewerb noch nicht ausreichend angesprochen. Zukünftig ist daher zu erfassen, welche besonderen Notwendigkeiten für einen nachhaltigen Städtetourismus bestehen, nicht zuletzt da in Städten der Großteil des Deutschlandtourismus stattfindet.

In Zukunft ist eine Netzwerkbildung der engagierten Destinationen untereinander anzuregen, um einen gemeinsamen aktiven Austausch über die realisierten und geplanten Nachhaltigkeitsinitiativen zu ermöglichen.

Es ist zu erfassen, welche besonderen Notwendigkeiten für einen nachhaltigen Städtetourismus bestehen, nicht zuletzt da in Städten der Großteil des Deutschlandtourismus stattfindet.

Schutzgebiete in Deutschland

Schutzgebiete sind wichtige Instrumente des Naturschutzes und der Landschaftspflege. Sie tragen unmittelbar zur Erhaltung von Arten und ihren Lebensräumen bei. Die in Deutschland geltenden Schutzgebietskategorien beruhen auf dem Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchG). Je nach Größe, Schutzziel und -zweck sowie den daraus abgeleiteten Nutzungseinschränkungen werden verschiedene Schutzgebietskategorien unterschieden. Wichtig: Viele Schutzgebiete überlappen sich hinsichtlich ihrer Flächen – so kann zum Beispiel ein Naturschutzgebiet Teil eines Naturparks sein. Die wichtigsten Schutzgebietskategorien:

Landschaftsschutzgebiete (LSG) unterliegen insgesamt wenigen Nutzungseinschränkungen. Vor allem wegen der besonderen Bedeutung der Landschaft auch für Erholungszwecke werden diese Gebiete geschützt. Landschaftsschutzgebiete werden in der Regel durch Kreise oder kreisfreie Städte mittels Verordnung ausgewiesen. Es handelt sich zumeist um größerflächige Gebiete, die auch eine Bedeutung für die Erholung des Menschen haben.

Naturschutzgebiete (NSG) sind Flächen, in denen ein besonderer Schutz von Natur und Landschaft in ihrer Ganzheit oder in einzelnen Teilen erforderlich ist. Geschützt werden die Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung von Lebensräumen und die daran gebundenen Tier- und Pflanzenarten – aus wissenschaftlichen, naturgeschichtlichen oder landeskundlichen Gründen, wegen ihrer Seltenheit, besonderen Eigenart oder hervorragenden Schönheit. Verboten sind alle Handlungen, die zu einer Veränderung des Naturschutzgebietes oder zu einer nachhaltigen Störung führen können. Wenn der Schutzzweck es erlaubt, können NSG der Allgemeinheit zugänglich gemacht werden. Die Ausweisung erfolgt in der Regel durch die Höheren Naturschutzbehörden bei den Regierungspräsidien, gelegentlich auch durch die Obersten und Unteren Naturschutzbehörden der Länder per Erlass oder Rechtsverordnung.

NATURA 2000 ist ein europäisches Schutzgebietssystem, welches zum Erhalt oder zur Wiederherstellung der biologischen Vielfalt in der EU dient. Das Netz umfasst die besonderen Erhaltungsgebiete der Fauna-Flora-Habitate (FFH) sowie Vogelschutzgebiete. In den FFH-Gebieten werden je nach Fläche besondere Arten und Lebensräume geschützt. Diesem System liegt die Erkenntnis zugrunde, dass der Erhalt der biologischen Vielfalt nicht durch einzelne Habi-

tate, sondern nur durch ein kohärentes Netz von Gebieten erreicht werden kann.

Naturparke sind großräumige Kulturlandschaften, die überwiegend Landschaftsschutz- und Naturschutzgebiete umfassen. Sie sollen für den nachhaltigen Tourismus erschlossen werden (Erholungsfunktion). Angestrebt wird eine dauerhaft umweltgerechte Landnutzung, auch sollen sie eine nachhaltige Regionalentwicklung fördern. Das gesetzlich vorgegebene Ziel der Pflege und Entwicklung wird in den einzelnen Naturparks und Bundesländern sehr unterschiedlich verfolgt. Ursachen hierfür liegen u. a. in den unterschiedlichen strukturellen Rahmenbedingungen, an je nach Land unterschiedlichen Gesetzesvorgaben und Schwerpunktsetzungen in den Naturpark-Konzepten und Naturparksatzungen oder auch an den unterschiedlichen Ausrichtungen der Naturpark-Trägerorganisationen.

Biosphärenreservate sind zu schützende und entwickelnde Gebiete, in denen nachhaltige Entwicklung in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht stattfinden und beobachtet werden soll. Gemäß den Leitlinien des internationalen Programms „Der Mensch und die Biosphäre“ (MAB) werden seit 1976 Biosphärenreservate von der UNESCO anerkannt. Es ist ein interdisziplinäres Wissenschaftsprogramm, das die Beziehungen zwischen Mensch und Umwelt erforscht und den Schutz der biologischen Vielfalt mit den Bedürfnissen der Menschen auf einen Nenner bringen will.

Nationalparke sind großräumige zu schützende Gebiete, in denen in einem überwiegenden Teil der möglichst ungestörte Ablauf der Naturvorgänge in ihrer natürlichen Dynamik gewährleistet werden soll. Soweit es der Schutzzweck erlaubt, dienen die Nationalparke auch der wissenschaftlichen Umweltbeobachtung, der naturkundlichen Bildung und dem Naturerlebnis der Bevölkerung.

Weitere Begrifflichkeiten

Barrierefreiheit: Um eine Nutzung von touristischen Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten auch für Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen problem- und risikofrei realisierbar zu machen, werden transparente und verlässliche Informationen über die Art der Zugänglichkeit und die Nutzbarkeit des Angebots benötigt. Diese Informationen können einen umfassenden Überblick über die barrierefreien Angebote in der Destination geben

und die Möglichkeit eines barrierefreien Urlaubs möglichst geschlossen darstellen.

Besucherlenkung: Unter Besucherlenkung werden Maßnahmen zur Beeinflussung von Besuchern hinsichtlich ihrer Verteilung sowie ihrer Verhaltensweisen und Einstellungen gegenüber dem Besuch von sensiblen Räumen oder Orten verstanden. Mithilfe der Besucherlenkung sollen negative Auswirkungen auf die Schutzobjekte minimiert und eine größtmögliche Erholungs- und Erlebnisqualität gewährleistet werden. In die Planungen zur Besucherlenkung in der Destination sollten die Tourismusverantwortlichen aktiv einbezogen werden.

Biodiversität: Biologische Vielfalt (Biodiversität) beschreibt die Verschiedenartigkeit der Ökosysteme, der Arten und die genetische Variabilität innerhalb der Arten. Intakte Natur- und Kulturlandschaften sind zumeist auch Orte mit einer hohen biologischen Vielfalt. Die Biodiversität ist eines der Hauptmerkmale für die wahrgenommene natürliche Attraktivität bzw. das Landschaftsbild einer Tourismusdestination.

Immaterielles Kulturerbe: Vor allem lebendige Traditionen wie Sprache, Dialekt, Liedgut, Musik, Tanz, Feste, Bildende Kunst, Theater und handwerkliche Fertigkeiten machen die kulturelle Identität einer Region aus und werden als immaterielles Kulturerbe bezeichnet. Die Anwohner identifizieren sich mit diesen Elementen, die dank touristischer Einnahmen verstärkt gelebt werden können.

Klimafußabdruck: Der Klimafußabdruck oder CO₂-Fußabdruck (carbon footprint) ist die Menge an CO₂-Emissionen, die ein Mensch in einer bestimmten Zeit verursacht. Der touristische Klima-Fußabdruck für Urlaubsreisen liefert Aussagen zu den durch die jeweilige Reise entstandenen Klimawirkungen.

Klimakompensation: Kompensieren heißt ausgleichen. Unternehmen und Privatpersonen können mit einem Geldbeitrag dafür sorgen, dass die gleiche Menge an Klimagasemissionen, die bei touristischen Aktivitäten wie z. B. der An- und Abreise entstehen, an einem anderen Ort eingespart wird. Dazu wird von den Kompensationsanbietern in Solar-, Wasserkraft-, Biomasse- oder Energiesparprojekte investiert, die vorhandene Treibhausgase oder deren Ausstoß reduzieren.

Mobilitätskonzept: Mobilitätskonzepte berücksichtigen lokale wie regionale Mobilitätsbedürfnisse, Mobilitäts- und Verkehrsangebote, Siedlungs- und Freiraumstrukturen sowie deren Wechselwirkungen und fassen sie in einer abgestimmten Strategie zusammen.

Mobilitätsmanager: Nachhaltige Mobilitätslösungen für den Freizeit- und Tourismussektor sind nur möglich, wenn die Bereiche Verkehr, Tourismus und Umwelt auf allen Ebenen intensiv zusammenarbeiten. Einzelne Maßnahmen und Handlungsansätze können nicht losgelöst voneinander betrachtet und umgesetzt werden, sondern werden dem Thema Mobilität erst durch eine integrierte Herangehensweise gerecht. Ein Mobilitätsmanager ist dafür zuständig und engagiert sich für die Förderung des nachhaltigen Verkehrs in einer Destination.

Nachhaltige Beschaffung: Beim Erwerb vieler Produkte und Dienstleistungen können konkrete ökologische und soziale Kriterien festgelegt werden. Bezüglich eines nachhaltigen Einkaufs sollte insgesamt auf Regionalität, Umweltverträglichkeit (bio-zertifiziert) und/oder fair gehandelte Produkte geachtet werden.

Premiumwanderweg: Destinationen können qualitativ hochwertige Wanderwege als Premiumwanderwege zertifizieren lassen. Für eine solche Zertifizierung ist das Deutsche Wanderinstitut e.V. in Marburg zuständig. Insgesamt 34 Kriterien werden bei der Zertifizierung berücksichtigt. Zum Beispiel der Belag des Weges, das Naturerlebnis, die Beschilderung, Sehenswürdigkeiten, Abwechslungsreichtum etc.

Qualitätsradweg: Was Radreisende vor Ort erwarten können, wie die Routen und Regionen aussehen und wo der Service hochwertig ist, können sie durch die Gütesiegel Qualitätsradroute und RadReiseRegion des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs e.V. (ADFC) erkennen. Bei den Radfernwegen vergibt der ADFC je nach erreichter Punktzahl bis zu fünf Sterne.

Regionale Wirtschaftskreisläufe: Vor allem im Tourismus werden regionale Produkte von den Konsumenten als höherwertig eingestuft; sie erzeugen eine regionale Verbundenheit und Authentizität des touristischen Angebots. Des Weiteren bleiben die betriebliche Wertschöpfung und die Kaufkraft in der Region und fließen nicht in andere Gegenden ab. So entsteht ein stabiler regionaler Wirtschaftskreislauf, welcher Arbeitsplätze sichert und Lebensqualität und Attraktivität der Region steigert.

Ressourceneffizienz: Ressourceneffizienz bedeutet, dass die natürlichen Ressourcen wie Rohstoffe, Energie, Luft, Wasser und Fläche (Böden) verantwortungsvoll und so effizient wie möglich eingesetzt und Umweltbelastungen vermindert werden.

