

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FÜR DEN TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

Endbericht



©Elbefähre am Altmarkrundkurs, BTE 2023

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FÜR DEN TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT

Endbericht

an

Tourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. (LTV)

Danzstr. 1
D-39104 Magdeburg

Dieses Projekt wird gefördert vom Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt

B T E Tourismus- und Regionalberatung

Kreuzbergstraße 30 | 10965 Berlin

Tel. +49 (0)30 - 32 79 310

berlin@bte-tourismus.de | www.bte-tourismus.de

Lindauer Straße 11 | 87439 Kempten

Tel. +49 (0)831-59 18 631

kempten@bte-tourismus.de | www.bte-tourismus.de

Berlin, Dezember 2023, Überarbeitung Februar 2025

Inhalt

Kurzfassung	4
1. Einführung	7
1.1 Projekthintergrund und Aufgabenstellung	7
1.2 Methodische Vorgehensweise	8
2 Ausgangssituation	9
2.1 Status quo: Tourismus auf Landesebene - Sachsen-Anhalt	11
2.1.1 Aussagen des Masterplan Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung	12
2.1.2 Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt	15
2.2 Status quo: Tourismus auf Ebene der Regionen und Städte	15
2.2.1 Befragungsergebnisse zur Erfassung der Nachhaltigkeitsausrichtung Tourismus auf Ebene der Regionen und Städte sowie lokaler Akteure	15
2.2.2 Die Altmark	19
2.2.3 Die Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg	22
2.2.4 Urlaubsregion Mittelbe	25
2.2.5 Der Harz	27
2.2.6 Saale-Unstrut	29
2.2.7 Dessau-Roßlau	31
2.2.8 Halle (Saale)	33
2.2.9 Magdeburg	35
2.2.10 Bestehende Nachhaltigkeitszertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“	37
3 Zusammenfassung der Bewertungen	38
4 Analyse geeigneter Zertifizierungssysteme	43
5 Nachhaltige Strategieentwicklung	44
5.1 Leitlinien des 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung	48
5.2 Zielsetzung	49
5.3 Verbindung des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung mit dem touristischen Außenmarketing/Nachhaltigkeit im Tourismusmarketing von Sachsen-Anhalt	49
6 Das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung für Betriebe	51
6.1 Zertifizierung	54
6.2 Selbst-Check für Stufe 1	54
6.3 Selbstverpflichtungserklärung	59
6.4 Maßnahmenplanung	60
7 Das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung für Destinationen und touristische Organisationen	61
7.1 Zertifizierung	66
7.2 Selbst-Check	66
7.3 Maßnahmenplanung	66
8 Finanzierung des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung	67
8.1 Weitere Fördermöglichkeiten	68
9 Entwicklungs- und Meilensteinplan 2027	70
9.1 Schlüsselmaßnahmen	72
9.2 Maßnahmenpool	74

9.2.1	Maßnahmen im Bereich Management	74
9.2.2	Maßnahmen im Bereich Ökonomie	77
9.2.3	Maßnahmen im Bereich Ökologie.....	78
9.2.4	Maßnahmen im Bereich Soziales und Kultur	80
9.3	Handlungsempfehlungen für die Regionen im Rahmen des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.....	83
9.3.1	Die Altmark	83
9.3.2	Die Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg	83
9.3.3	Urlaubsregion Mittelelbe	84
9.3.4	Der Harz	84
9.3.5	Saale-Unstrut	84
9.3.6	Dessau-Roßlau.....	85
9.3.7	Halle (Saale)	85
9.3.8	Magdeburg.....	85
9.4	Meilensteine	86
10	Indikatoren und Überwachungsmechanismen	87
10.1	Evaluierung anhand von Kennzahlen	87
10.2	Zielsetzung für eine Erfüllung des Masterplans und für den Erfolg eines 3-Stufenmodells für die nachhaltige Tourismusentwicklung	88
11	Literaturverzeichnis	89
12	Anhang	88
12.1	Anhang I: Abkürzungsverzeichnis der Befragung.....	88
12.2	Anhang II: Zertifizierungssysteme für Destinationen.....	91
12.3	Anhang III: Zertifizierungssysteme für Betriebe.....	95
12.4	Anhang III: Bewertung der Zertifizierungssysteme nach Stufen	103

Abbildungen

Abb. 1	Befragungsergebnisse der Regionalverbände und Städte.....	16
Abb. 2	Befragungsergebnisse der lokalen Ebene.....	17
Abb. 3	Weiche und harte Nachhaltigkeitsleistungen.....	19
Abb. 4	Selbsteinschätzung Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband.....	20
Abb. 5	Die Altmark – Nachhaltigkeit-Check.....	21
Abb. 6	Selbsteinschätzung der Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg.....	22
Abb. 7	Die Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg – Nachhaltigkeit-Check.....	23
Abb. 8	Selbsteinschätzung Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V.	25
Abb. 9	Urlaubsregion Mittelelbe– Nachhaltigkeit-Check.....	26
Abb. 10	Selbsteinschätzung Harzer Tourismusverband.....	27
Abb. 11	Der Harz – Nachhaltigkeit-Check.....	28
Abb. 12	Selbsteinschätzung Saale-Unstrut Tourismus GmbH.....	29
Abb. 13	Saale-Unstrut – Nachhaltigkeit-Check.....	30
Abb. 14	Selbsteinschätzung Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH.....	31
Abb. 15	Dessau-Roßlau – Nachhaltigkeit-Check.....	32
Abb. 16	Selbsteinschätzung Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH.....	33
Abb. 17	Halle (Saale) – Nachhaltigkeit-Check.....	34
Abb. 18	Selbsteinschätzung MMKT GmbH.....	35
Abb. 19	Magdeburg – Nachhaltigkeit-Check.....	36
Abb. 20	-Zusammenfassende Analyse.....	38
Abb. 21	Sachsen-Anhalt als weitgehend „weißer Fleck“ auf der Karte der nachhaltigen Übernachtungsmöglichkeiten.....	44
Abb. 22	3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.....	47
Abb. 23	Auswirkung des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusentwicklung.....	48
Abb. 24	3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Betrieben.....	52
Abb. 25	Selbst-Check Anforderungen und Statements zur ER.....	56
Abb. 26	Mögliches Schema der Maßnahmenbeschreibung.....	60
Abb. 27	3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusentwicklung für Destinationen und touristische Organisationen auf der Regions- und Ortsebene.....	62
Abb. 28	Anforderungen an das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusentwicklung für Destinationen.....	65
Abb. 29	Grobe Abschätzung Kosten auf Ebene des Landestourismusverbandes.....	68
Abb. 30	Dimensionen und Handlungsfelder der nachhaltigen touristischen Entwicklung.....	70
Abb. 31	Indikatoren für die Nachhaltigkeitsstrategie Sachsen-Anhalt in einem 3-Stufenmodell.....	87
Abb. 32	Swisstainable als Best-Practice und Ziellinie der Mitgliedschaften (Umsetzung des 3- Stufenmodells).....	88

Kurzfassung

In der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie für Sachsen-Anhalt wird **ein 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung** entwickelt, das zu einer konsequenten, langfristigen und nachhaltigen Entwicklung des Tourismus beitragen soll. Basierend auf der Analyse der touristischen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Bundeslands Sachsen-Anhalt, des Tourismusverbands Sachsen-Anhalt e. V. (LTV) und seiner Mitglieder sowie weiterer Akteure des Tourismus in Sachsen-Anhalt wird ein Handlungsrahmen definiert, der umsetzungsorientiert und ohne Hürden eine nachhaltige touristische Entwicklung entsprechend den Anforderungen der Zielgruppen ermöglicht.

Die Weichen für einen nachhaltigen Tourismus im Land Sachsen-Anhalt sind durch den vom Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten initiierten Masterplan Sachsen-Anhalt 2027 gestellt. Eine nachhaltige Tourismusedwicklung wird zur Leitlinie im Masterplan Tourismus und im Handeln der Tourismuswirtschaft.

Der LTV als Dachverband der Tourismuswirtschaft in Sachsen-Anhalt hat sich dem Thema der Nachhaltigkeit im Tourismus sowohl thematisch als auch personell angenommen. Dem LTV ist in der Nachhaltigkeitsoffensive auch die Steuerung der Nachhaltigkeitszertifizierung zugewiesen worden.

In den Regionen gibt es vielfältige Initiativen und Umsetzungen für einen nachhaltigen Tourismus. Dabei sind nur wenige Reiseziele, aber einige Betriebe in einen Zertifizierungsprozess eingestiegen, der eine vollständige Umsetzung der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales im Umfeld der Nachhaltigkeit dokumentiert und sichert.

Eine Zertifizierung im Bereich der nachhaltigen touristischen Entwicklung wird durch unterschiedliche Zertifizierungssysteme bereitgestellt. Die Zertifizierung ist mit Kosten für den Zertifizierungsprozess und den Erhalt der Zertifizierung verbunden. Der Ausbau von Zertifizierungen ist keine kurzfristig zu lösende Aufgabe, und es wird gutachterlich davon ausgegangen, dass der Einstieg in eine nachhaltige touristische Entwicklung erfolgreicher ist, wenn dieser erleichtert werden kann.

Um das Thema der nachhaltigen touristischen Entwicklung über alle Ebenen des Tourismus zu tragen und für alle beteiligten Akteure umsetzbar zu machen und in der Umsetzung zu forcieren, soll der Einstieg in einen nachhaltigen Tourismus einfach und mit möglichst geringen Hürden gestaltet werden. Dabei sollen die erbrachten Leistungen der bereits nachhaltigen und zertifizierten Betriebe und Institutionen vollumfänglich gewürdigt und die Gefahr des „Greenwashing“ vermieden werden.

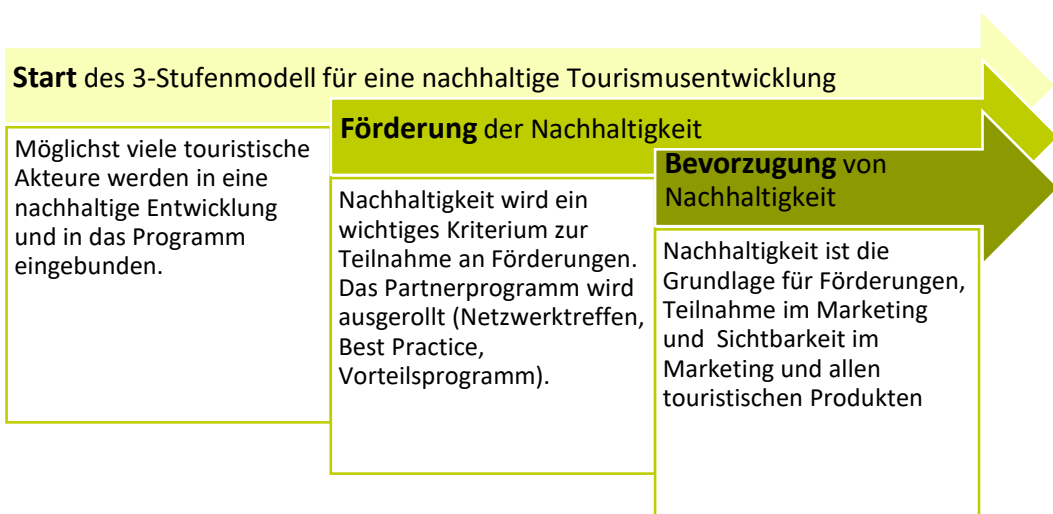
Die Nachhaltigkeitsstrategie baut auf ein 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung auf. Es hat zum Ziel, möglichst alle touristischen Akteure (d. h. Reiseziele, Betriebe, Sehenswürdigkeiten oder Verkehrsträger) in das Leitziel der nachhaltigen Entwicklung einzubinden und zur Zertifizierung in einer ersten Stufe zu führen oder bestehende Zertifizierungen und Siegel in den Stufen zwei und drei aufzunehmen. Das 3-Stufenmodell ist die Grundlage, um den Zielgruppenansatz des Landes Sachsen-Anhalt auch mit einem zielgruppenspezifischen, nachhaltigen Angebot zu fördern. Es ermöglicht dem LTV, das Thema der Zertifizierungen und der Steuerung einer nachhaltigen touristischen Entwicklung des Landes Sachsen-Anhalt zu fördern und zu moderieren.

Das 3-Stufenmodell integriert vollständig alle bestehenden Siegel und Zertifikate im Bereich nachhaltiger, naturschonender und sozialer Entwicklung im Tourismus. Dadurch wird sichergestellt, dass von Beginn an eine hohe Zahl von Teilnehmern (ca. 150 Betriebe) im Programm gebunden werden kann. Bestehende Zertifizierungen und Siegel gewährleisten in Stufe 2 (z. B. Partnerbetriebe von Naturparks, Betriebe einer Regionalmarke oder DEHOGA Umweltcheck Bronze und Silber) und auch in Stufe 3 (TourCert, GreenSign, DEHOGA Umweltcheck Gold u. a. oder Partnerbetriebe der UNESCO-Biosphärengebiete) die Programmteilnahme.

Für Stufe 1 wird durch einen Selbstcheck und eine Selbstverpflichtung zur nachhaltigen touristischen Entwicklung die geringstmögliche Hürde zum Einstieg aller touristischen Akteure in das Thema bereitgestellt.

Das dreistufige Programm ist ein Qualifizierungsprogramm, das die Reiseregionen, Betriebe und Institutionen in die Nachhaltigkeit führt. Mindestens ebenso wichtig wird im zweiten Schritt, mit einer ausreichenden Anzahl teilnehmender Reiseregionen, Betriebe und Institutionen, die Innen- und Außendarstellung. Für das Marketing und die spezifische Zielgruppenansprache des Landes Sachsen-Anhalt werden nachhaltige Produkte, Themen und Kampagnen durch das 3-Stufenmodell bereitgestellt. Die Teilnehmenden beweisen ihre nachhaltige Ausrichtung im Sinne des Masterplans Sachsen-Anhalt 2027 und werden im Gegenzug auch gefördert. Die Förderung erstreckt sich nicht nur auf die Teilnahme im touristischen Landesmarketing, sondern auch auf finanzielle Förderprogramme, Vorteilsprogramme oder Netzwerktreffen, die den Teilnehmenden des 3-Stufenmodells zur Verfügung gestellt werden.

Mit der weitergehenden Implementierung der nachhaltigen touristischen Entwicklung ergibt sich daraus eine bewusste Bevorzugung der Teilnehmenden des 3-Stufenmodells und die zielgruppengerechte Bereitstellung nachhaltiger touristischer Leistungen. Die Außendarstellung der Teilnehmenden im touristischen Landesmarketing und im regionalen touristischen Marketing ist ein wichtiger Vorteil und eine große Motivation zur Teilnahme, die neben der finanziellen Förderung ein wesentlicher Faktor für die Beteiligung am 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung ist.



Das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung ist auf der Betriebsebene und der Destinationsebene mit spezifischen Anforderungen beschrieben. Auf der

Betriebsebene umfasst Stufe 1 einen Selbstcheck, einen Maßnahmenkatalog und eine Selbstverpflichtungserklärung, die das Onboarding zum nachhaltigen Tourismusprogramm in Sachsen-Anhalt ermöglichen. Die Stufen 2 und 3 werden durch bereits bestehende Siegel und Zertifikate erreicht. Betriebe, die in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit zertifiziert sind, werden in die höchste Stufe eingeordnet. Sind die Siegel oder Zertifikate nur auf den Bereich Umwelt/Natur begrenzt oder umfassen nicht alle Merkmale der nachhaltigen Entwicklung, erfolgt die Einordnung in Stufe 2. Dadurch wird Greenwashing verhindert und das Ziel, möglichst umfassende Zertifizierungen zu fördern, aufrechterhalten. Eine Liste aller Siegel und deren Einordnung in das 3-Stufenmodell ist hinterlegt.

Für Destinationen und Reiseziele wird ebenfalls eine Einstufung anhand von Kriterien bereitgestellt. Zertifizierte Destinationen (z. B. als Nachhaltiges Reiseziel oder UNESCO-Biosphärenpartner) werden in Stufe 3 eingeordnet. Für den Einstieg in Stufe 1 ist es besonders wichtig, dass das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus personell und thematisch in der Destination verankert wird. Die personelle Ausstattung ist hier von besonderer Bedeutung, da eine touristische nachhaltige Entwicklung ein dauerhafter Prozess ist.

Die Finanzierung des Projekts beschränkt sich auf die Kosten der Implementierung des Programms in das Tourismusnetzwerk (digitale Bereitstellung des Selbstchecks, digitale Unterzeichnung der Selbstverpflichtung, digitales Einreichen des Maßnahmenbogens und bestehender Zertifizierungen), eine eventuelle personelle Verstärkung im LTV und die Binnenmarketingkosten. Weitere finanzielle Mittel sind für die Netzwerktreffen erforderlich, auch in Form eines Nachhaltigkeitsbeirats. Dieser berät und unterstützt den LTV bei der Umsetzung, Evaluierung und Weiterentwicklung der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie und des 3-Stufenmodells für die nachhaltige touristische Entwicklung.

Inwiefern Kosten durch Teilnehmerbeiträge aus dem Programm gegenfinanziert werden können, ist in Absprache mit den Regionen und Verbänden zu klären. Der Teilnehmerbeitrag ist ein Zeichen des Engagements, kann aber gleichzeitig auch eine Hürde darstellen, nicht am Programm teilzunehmen.

Die Strategie soll als Prozess verstanden werden, der sich durch aktuelle Entwicklungen und Anforderungen verändern oder schärfen kann. Wichtig ist bei diesem Prozess, dass die Akteure aktiv teilnehmen und durch Netzwerktreffen und den Nachhaltigkeitsbeirat die Entwicklung steuern können.

1. Einführung

Die touristische Nachhaltigkeitsstrategie für Sachsen-Anhalt beschreibt die Ausgangssituation der touristischen Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Destination und legt fest, welche wirtschaftlichen, ökologischen und soziokulturellen Ziele verfolgt werden sollen. Sie definiert den Handlungsrahmen für die Entscheidungsträger (LTV) und die touristischen Akteure¹ in der Destination hinsichtlich der zukünftigen touristischen Entwicklung. Durch die Beschreibung der Strategie sowie von Empfehlungen und Maßnahmen entsteht ein Konzept, das zur weiterführenden Umsetzung dieser Ideen führen und letztendlich zu einer konsequenten, langfristig nachhaltigen Entwicklung des Tourismus beitragen soll.

1.1 Projekthintergrund und Aufgabenstellung

Sachsen-Anhalt ist mit seiner kulturellen und geschichtlichen Vielfalt sowie attraktiven Natur- und Aktivangeboten ein anziehendes Reiseziel. Im Jahr 2022 verzeichnete das Land 3.135.928 Gästeankünfte. Das Bundesland wird nicht nur als attraktives Reiseland, sondern auch als nachhaltiger Lebensraum wahrgenommen. Mit seinen fünf Reiseregionen Altmark, Urlaubsregion Mittelelbe, Harz, der Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg und Saale-Unstrut, sowie den drei Städten Magdeburg, Halle und Dessau-Roßlau verfügt Sachsen-Anhalt über eine diverse touristische (Angebots-)Kulisse von Fachwerkhäusern, Kirchen und Schlössern, über vielfältige Landschaften von Flachland über Heide und Mittelgebirge bis zu Weinanbaugebieten hin zu einer Vielzahl an UNESCO-Welterbestätten.

Ziel des Projektes ist es, eine landesweite Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln, die über alle Ebenen hinweg getragen wird. Im Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 halten die Leitlinien eine nachhaltige Tourismusedwicklung sowie nachhaltiges Handeln fest. Dabei liegt der Fokus darauf, die natürlichen und kulturellen Ressourcen des Landes zu schützen und eine nachhaltige Entwicklung in allen Bereichen zu fördern. Im Rahmen des Projekts sollen bis 2025 Zertifizierungen nachhaltiger Destinationen und Zertifizierungsprozesse in allen Reiseregionen erfolgen.²

Die hier vorliegende Strategie soll die Entwicklung Sachsens-Anhalts hin zum nachhaltigen Tourismus vorantreiben und den Nachhaltigkeitsgedanken vor Ort weiterentwickeln. Der Tourismus in der Destination wurde in Bezug auf Nachhaltigkeit geprüft, es werden Möglichkeiten der Integration von Nachhaltigkeitsindikatoren in die Arbeit des Destinationsmanagements aufgezeigt sowie konkrete Ansätze zur Umsetzung in Form von Handlungsfeldern und -empfehlungen für touristische Akteure und den Tourismusverband ausgearbeitet. Der Fokus der Empfehlungen liegt auch auf der Förderung von Zertifizierungen, um die im Masterplan geforderten Zertifizierungsprozesse und nachgewiesene Zertifizierungen umsetzen zu können.

¹ Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen, wird hier und im folgenden Text zwar nur die männliche Form genannt, stets aber die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

² Vgl. Fortschreibung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, Endbericht – Langfassung inklusive Evaluierungsbericht. Seite 5. Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt. Stand 29.10.2020

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Strategie der nachhaltigen touristischen Ausrichtung Sachsen-Anhalts basiert auf den folgenden Arbeitsschritten und Methoden:

Bestandsaufnahme der Nachhaltigkeitsleistung mittels **onlinebasierter Abfrage** bei den Mitgliedern des Tourismusverbandes sowie **der lokalen Ebene**

- aufbauend auf den Inhalten und des Kriterienkatalogs des DTV-Praxisleitfadens *Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen / Empfehlungen / Umsetzungshilfen*
- Bewertung des Status quo und Ableitung erster Stärken/Chancen und Schwächen/Herausforderungen.
- Ergänzende **Analyse und Auswertung vorliegender Konzepte** der Destination Sachsen-Anhalt
- **Analyse bestehender Zertifizierungssysteme** für Destinationen sowie Tourismusbetriebe
- **Partizipation und Sensibilisierung der touristischen Akteure** zum Thema Nachhaltigkeit in einem Nachhaltigkeitsworkshop am 30.11.2023 mit 18 Teilnehmenden
- **Erarbeitung des Strategiepapiers** inkl. Herausstellen von Zielen für die Destination Sachsen-Anhalt und einer gemeinsamen Verpflichtung zum Thema Nachhaltigkeit
- Erarbeitung eines **Konzeptes für die Gründung eines Nachhaltigkeitsbeirats**
- **Ableitung eines Entwicklungs- und Meilensteinplans bis 2027** für den LTV und die touristischen Akteure mit dem Schwerpunkt zu Zertifizierungsprozessen
- Bereitstellung von **Indikatoren und Überwachungsmechanismen** zur Bewertung des Umsetzungsstandes und Wirksamkeit der Strategie.
- **Kontinuierliche Abstimmung** mit dem Auftraggeber (schriftlich, telefonisch und via Zoom)

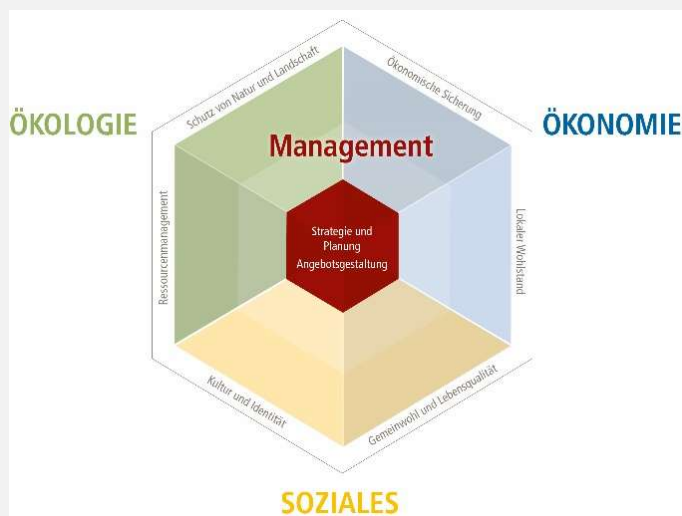
2 Ausgangssituation

Der Tourismus ist weltweit eine der wichtigsten und am stärksten wachsenden Wirtschaftsbranchen. Er hat von globaler bis lokaler Ebene große Auswirkungen auf den Wohlstand und das Wohlbefinden der Gesellschaft sowie auf den Zustand der Umwelt. Gleichzeitig beeinflussen die Gesellschaft und die Umwelt auch den Tourismus stark. Kaum eine andere Branche ist so abhängig von einer qualitativ hochwertigen Umwelt und Landschaft, von politischer Stabilität, gelebter Kultur und einer gastfreundlichen Bevölkerung wie der Tourismus.

Nachhaltigkeit gilt als Notwendigkeit, an dem auch im Tourismus kaum noch jemand vorbeikommt. Nachhaltigkeit im Tourismus erfüllt nicht nur die Ansprüche der im Tourismus beschäftigten Personen, der Gäste und der lokalen Bevölkerung in der Destination, sondern trägt auch dazu bei, zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten zu sichern und zu verbessern.

Hintergrund: Nachhaltiger Tourismus – was heißt das?

Das Prinzip des nachhaltigen Tourismus ist aus jahrzehntelanger Entwicklung von Konzepten wie sanfter Tourismus, intelligenter Tourismus oder Tourismus mit Verantwortung heraus entstanden.



Es geht grundsätzlich um das Prinzip: „Heute nicht auf Kosten von morgen, hier nicht auf Kosten von anderswo“. Auf den Tourismus übertragen bedeutet dies, dass die Ansprüche der Touristen und der lokalen Bevölkerung in den Zielgebieten gleichermaßen berücksichtigt und zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten der Region

gesichert und gestärkt werden. Nachhaltige Tourismusedwicklung erfordert somit eine ganzheitliche Perspektive, ablesbar an den drei klassischen Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie. Ergänzt wird dies um einen institutionellen Ansatz, der als Gesamtstrategische Orientierung das Management der drei Dimensionen sichert. Hierfür werden starke Strukturen und klare Verantwortlichkeiten benötigt.³

³ Zum weiteren Verständnis empfehlen wir den Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschland Tourismus zu lesen. Download unter: <https://www.bte-tourismus.de/wp-content/uploads/2019/01/LF-Nachhaltigkeit-Deutschlandtourismus.pdf>

Nachhaltigkeit wird vom Alleinstellungsmerkmal mehr und mehr zur Pflichtaufgabe. Nachfragedruck seitens der Gäste⁴ und ein (innerer) Transformationsdruck⁵ seitens der Anbieter sind wesentliche Triebkräfte. Auch das Bewusstsein der Gäste für umweltverträgliche Reisen beginnt, sich immer stärker zu entwickeln. So steigen zum Beispiel die Anzahl der CO₂-Kompensationen, die Relevanz von Umweltzeichen/Zertifizierungen oder die Rolle der Nachhaltigkeit im Buchungsprozess.⁶ Seitens der Anbieter steigt die Sensibilität für eine nachhaltige Angebotserstellung, wird aber oft nur in Teilbereichen umgesetzt, wie z. B. im Klimaschutz, der Kreislaufwirtschaft oder durch den Einsatz technologischer Lösungen. Die Nachfrage kommt zudem von einer Gesellschaft, die einem Wertewandel unterliegt und ihr Zielgebiet bewusster und achtsamer auswählt und dann ebenso erleben will. Hier gilt es, im Angebot gegen die Austauschbarkeit der Destinationen zu wirken und einen Kontrast zur Schnelllebigkeit des Alltags zu schaffen, um den Gästen durch den Aufenthalt einmalige und persönlich gewinnbringende Erfahrungen zu verschaffen.

Heutige Herausforderungen wie Migrationsströme, Biodiversitätsverlust, Ressourcenknappheit, Bevölkerungswachstum oder der Klimawandel zeigen eindrücklich, dass die Prioritäten unseres Handelns neu überdacht werden müssen. Kurzfristige, nicht nachhaltige Investitionen sind ein beträchtliches Risiko. Speziell nach dem wirtschaftlichen Einbruch durch die COVID-19-Krise muss langfristig gedacht und der Nachhaltigkeit im Tourismus die größte Priorität zugeordnet werden. Nachhaltigkeit und Ressourcenschutz sind wichtige Bausteine der Zukunftssicherung im Tourismus. Energiekosten und Abgaben auf CO₂ belasten die Tourismusbranche der Zukunft, der Weg in eine nachhaltige Entwicklung und der Reduktion von Energie als Teilaspekt sichert den Tourismus auch ökonomisch.

Um sicherzustellen, dass zukünftige Generationen gleichermaßen vom Tourismus als Wirtschaftsfaktor profitieren können, braucht es eine bewusste, langfristige Ausrichtung des Tourismus zur Nachhaltigkeit. Eine touristische Entwicklung im Einklang mit der ansässigen Bevölkerung und mit Rücksicht auf das ökologische Gleichgewicht stellt sicher, dass der Tourismus auch in Zukunft prosperieren kann. Die Vision einer florierenden Tourismusbranche mit erfolgreichen Unternehmen, zufriedenen Mitarbeitenden und Einwohnenden, begeisterten Reisenden sowie einer intakten und lebendigen Kultur und Umwelt wird durch fachübergreifende Zusammenarbeit, offene, lernende, agile Herangehensweisen und wirkungsorientiertes Handeln Wirklichkeit.

Nachhaltigkeit ist bereits als zentrales Thema und wird als übergeordnete Leitlinie in der Tourismusstrategie Sachsen-Anhalts festgehalten. Damit wird ein Leistungsversprechen an die Gäste gegeben, dem die Destination gemeinschaftlich und ganzheitlich gerecht werden muss. Hierzu braucht es einen strategischen Ansatz, der die Situation vor Ort

⁴ vgl. Bayerisches Zentrum für Tourismus (2022): „Reisen und Nachhaltigkeit“. Hier antworten 55% der Befragten, dass Nachhaltigkeit „generell eine große/entscheidende Rolle“ oder „... in den letzten Jahren eine immer wichtigere Rolle“ Bereich Urlaub und Reisen einnimmt.

⁵ vgl. Popsa, R.A. (2023). Importance of Sustainability in the Hotel Industry. Expert Journal of Business and Management, Volume 11, Issue 2, pp.183-188. Download unter: https://business.expertjournals.com/ark:/16759/EJBM_1116popsa183-188.pdf, ebenso: <https://www.dehoga-umweltcheck.de/>

⁶ vgl. Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, 2023, Trendreport Tourismus 2023

erfasst und einen Prozess zur nachhaltigen Verbesserung von Strukturen und Angebots-elementen anstößt.

In den folgenden Kapiteln wird der Ist-Zustand einer strategischen Nachhaltigkeitsausrichtung auf der Ebene des Bundeslands Sachsen-Anhalt ermittelt. Daraufhin erfolgt die Auswertung der Befragung zur Selbsteinschätzung der Mitglieder des LTV und der lokalen Ebene.

2.1 Status quo: Tourismus auf Landesebene - Sachsen-Anhalt

Die Schaffung optimaler Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Ausrichtung und Entwicklung des Tourismus erfordert das reibungslose Zusammenspiel der verschiedenen Institutionen auf Landesebene, die Aufgaben des Tourismus wahrnehmen. Da der Tourismus als Wirtschaftsform in viele Bereiche eingreift, sind auch eine Vielzahl von Beteiligten einzubeziehen. Die drei wichtigsten im Tourismus in Sachsen-Anhalt zu beteiligten Institutionen sind:

Der **Landestourismusverband Sachsen-Anhalt (LTV)** fungiert als **tourismuspolitischer Interessensvertreter** für das Land und setzt auf ein engagiertes Team, um diese Vision umzusetzen. Er hat die Zuständigkeit für die Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt.

Der **LTV-Umweltbeirat**, bestehend aus Vertretern des Ministerium für Infrastruktur und Digitales, Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten, des Tourismusverbandes Sachsen-Anhalt, der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG), der Stiftung Umwelt, Natur- und Klimaschutz (SUNK), des Netzwerks Zukunft Sachsen-Anhalt e. V., der Hochschule Harz, des Regionalverbandes Harz e. V., des Vereins Dübener Heide e. V., der Biosphärenreservatsverwaltung Mittelelbe sowie des Hotels und Restaurants „Waldschänke“ in Hohenwarthe, arbeitet eng zusammen, um nachhaltige Initiativen zu fördern.

Im LTV ist eine Personalstelle für die Koordination für Nachhaltigkeit und Öffentlichkeitsarbeit vorhanden. Diese verfolgt das Ziel, die verschiedenen Akteure und Interessen in Einklang zu bringen und eine effektive Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen zu gewährleisten. Unterstützung wird durch eine zweite Personalstelle des Innovations- und Nachhaltigkeitsmanagers des LTV geleistet. Durch diese personelle Ausstattung und die koordinierte Herangehensweise unterstreicht der LTV sein Engagement für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Sachsen-Anhalt und ermöglicht es, als Umsetzungspartner einer Nachhaltigkeitsstrategie zur Verfügung zu stehen.

Die **Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG)** ist die treibende Kraft für Tourismus- und Standortmarketing⁷ im Land Sachsen-Anhalt. Sie vermarktet den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Sachsen-Anhalt und ist gleichzeitig für das Tourismusmarketing im In- und Ausland zuständig. Als Betreiberin von touristischen Websites⁸, informiert die IMG, Gäste über Angebote und Sehenswürdigkeiten in Sachsen-

⁷ Das Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten entscheidet über die Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Tourismusentwicklung.

⁸ Zum Angebot gehören: <https://sachsen-anhalt-tourismus.de> oder <https://echtschoensachsenanhalt.de/>

Anhalt auch digital. Mit der Datenbank SAiNT bietet die IMG die Grundlage auch für weitere, vielfältige digitale Anwendungen.

Das **Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt** setzt die Rahmenbedingungen der Tourismuswirtschaft. Auf Grundlage der Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Tourismusentwicklung werden unter anderem Vorhaben zur Steigerung der Nachhaltigkeit und Maßnahmen zur qualitativen Verbesserung und Modernisierung des touristischen Angebotes sowie Projekte zur Stärkung der touristischen Netzwerke und der fünf touristischen Regionalverbände gefördert. Die Förderquote beträgt bis zu 90 %.

Die IMG arbeitet im Auftrag des Ministeriums.

Das Ministerium hat die Zukunftsstrategien im Masterplan Tourismus zusammengefasst und damit die Grundlagen zur Stärkung des Tourismus festgelegt.

2.1.1 Aussagen des Masterplan Tourismus zur nachhaltigen Entwicklung

Als übergeordnetes Dokument für die Konzeption der Nachhaltigkeitsstrategie für den Tourismus in Sachsen-Anhalt dient der **Masterplan Sachsen-Anhalt 2027**, welcher vom **Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten** initiiert wurde. Eine „nachhaltige Tourismusentwicklung wird zur Leitlinie im Masterplan Tourismus und im Handeln der Tourismuswirtschaft“⁹. Im Folgenden werden die den sechs Handlungsfelder aufgeführt und die darin befindlichen Bezüge zur Leitlinie der nachhaltigen Tourismusentwicklung dargestellt.

- **Positionierung und Marktbearbeitung:** In diesem Handlungsfeld soll die Imagewahrnehmung als attraktives Reiseland sowie die Wahrnehmung der Themenkompetenz im Kulturprofil gesteigert werden. Federführend zuständig ist die Investitions- und Marketinggesellschaft mbH (IMG) in Zusammenarbeit mit dem LTV und den regionalen Tourismusverbänden. Im Fokus steht die Leitprojekte Auf-/Ausbau der Content-Strategie mithilfe der Marketingnetzwerke, Weiterentwicklung der Markenfamilie für das Reiseland, Auf-/Ausbau der Content-Strategie mithilfe der Marketingnetzwerke, der Auf-/Ausbau von Vermarktungsnetzwerken und-Pools und der Auf-/Ausbau in der Marktforschung. Nachhaltigkeit ist nicht in der Positionierungsstrategie aufgeführt, im Vordergrund steht die Fokussierung auf das Image als erlebnisreiches, modernes Kulturreiseland.

Nachhaltigkeit ist in diesem Handlungsfeld als Querschnittsaufgabe und Leitlinie zu verstehen. Der Aufbau nachhaltiger Reiseketten in den Leitprodukten ist damit wichtig. Im Bereich Content Strategie ist darauf zu achten, dass Zertifizierungen und Labels im Bereich der Nachhaltigkeit in die Datenstruktur verankert werden und auch in der Ausspielung Verwendung finden. Kooperatives Marketing im Bereich der

⁹ Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, Hrsg. Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung, Stand 29.10.2020

Nachhaltigkeit ist auf Ebene der nationalen Strategien der Deutschen Zentrale für Tourismus¹⁰, auf Verbandsebene¹¹ und auf der Ebene Siegel und den Zertifizierungen¹².

- **Touristische Infrastruktur:** Eine profilkonforme, regionsspezifische touristische Infrastruktur ist in diesem Handlungsfeld beschrieben. In den drei Leitprojekten Investitionsstrategie und Impulsinvestitionen, strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft und Ausbau klimafreundlicher Mobilität ist die Zuständigkeit jeweils auf regionale Tourismusverbände, die IMG, den jeweils zuständigen Ministerien, den Fachverbänden sowie den kommunalen Gebietshoheiten verteilt.

Nachhaltigkeit in der Investitionsstrategie und den Impulsinvestitionen ist nicht ausdrücklich verankert, auch hier soll Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe relevant sein. Um die Leitlinie einer nachhaltigen Tourismusentwicklung zu unterstützen, gilt es in diesem Leitprojekt die Investitionsstrategie explizit unter die Prämisse der nachhaltigen Entwicklung zu stellen. Auch die darauf aufbauenden Impulsinvestitionen (regionalen Identitäten passende Angebotshighlights) sind nur unter der Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien zu unterstützen. Hier empfehlen wir, das Leitprojekt nachzuschärfen.

Im Leitprojekt strategisches Ansiedlungsmanagement für Beherbergungs- und Freizeitwirtschaft fehlt der explizite Bezug zur nachhaltigen Entwicklung der Projekte.

Das Leitprojekt Ausbau des Angebots an klimafreundlicher Mobilität hingegen entspricht der Leitlinie der nachhaltigen touristischen Entwicklung, eine Beteiligung des LTV ist hier nicht vorgesehen, im Rahmen der Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt aber notwendig.

- **Digitalisierung:** Dieses Handlungsfeld betrachtet den massiven Ausbau der digitalen Infrastruktur, um ein intelligentes Tourismussystem für das gesamte Bundesland Sachsen-Anhalt zu schaffen. Dies erleichtert die Koordination der lokalen Ebene und fördert die professionelle Zusammenarbeit. Zuständig ist die IMG als digitales Kompetenzzentrum für den Sachsen-Anhalt-Tourismus in Abstimmung mit dem LTV und weiteren Akteuren.

Leitprojekte sind Ausbau der IMG zu einem Kompetenzzentrum für Datenmanagement und Datenaufbereitung, Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus digitale Marktbearbeitung), Digitalisierungsoffensive Sachsen-Anhalt-Tourismus (Fokus Prozesse und Erlebnis) mit LTV im Lead, Systemaufbau digitales Besuchermanagement (digitale Informations- & Leitsysteme).

Nachhaltigkeit ist in diesem Handlungsfeld als Querschnittsaufgabe und Leitlinie zu verstehen. Es ist darauf zu achten, dass Aspekte der Nachhaltigkeit wie Siegel, Beschreibungen in den Datenstrukturen angelegt sind. Im Sinne einer nachhaltigen touristischen Entwicklung sind Besucherleit- & Lenkungssysteme ein wichtiges

¹⁰ Vgl. www.germany.travel/de/feel-good/nachhaltigkeit.html

¹¹ Vgl. www.viabono.de/

¹² Vgl. Anhang II und III

Leitprojekt, das in der Dimension Ökologie bedeutsam ist und der Verhinderung von Überlastung der Naturräume dient. Dies ist auch in der Nachhaltigkeitsoffensive aufzunehmen.

- **Qualitäts- und Innovationsmanagement:** Um in der schnelllebigen Zeit und dem immer anlaufenden Wandel mitzuhalten und um auf dem Markt zu agieren, umfasst dieses Handlungsfeld die Aufgabe, flächendeckend in Produkt- und Servicequalität sowie Innovationsmanagement zu investieren und die Entwicklungen bei Erlebnissen, in der Hotellerie und Gastronomie voranzutreiben. Die Zuständigkeiten werden pro Leitprojekt zwischen den LTV und spezifischen Partnern aufgeteilt.

In diesem Handlungsfeld ist Nachhaltigkeitsoffensive verortet, die dem LTV auch die Steuerung der Nachhaltigkeits-Zertifizierung zuweist. Weitere Leitprojekte sind Qualitätsoffensive und Innovationsmanagement für profilschärfende Angebote und Produkte und Programm zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von modernen-Arbeitsmethoden.

Die Nachhaltigkeitsoffensive ist die Repräsentanz der übergeordneten Leitlinie und hier sind die Umsetzungsschritte in einem ganzheitlichen und einheitlichen Ansatz zu entwickeln. Aber auch das Leitprojekt zur Steigerung der Service-Qualität und Einführung von modernen-Arbeitsmethoden ist ein klassisches Thema nachhaltiger touristischer Entwicklung in der Nachhaltigkeitsdimension Soziales.

- **Aufgabenteilung und Organisationsstrukturen:** Dieses Handlungsfeld umfasst die Weiterentwicklung der Führungs- und Koordinationsstrukturen sowie Aufgaben- und Rollenverteilung zur nachhaltigen Steigerung der Effektivität und Effizienz im Landestourismus. Dazu sind die Leitprojekte Umsetzungsplanung und strategischer Strukturentwicklungsprozess Sachsen-Anhalt, Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen, Aufbau eines Kompetenzzentrum Tourismus und Ausbau und Etablierung agiler Zusammenarbeitsformen (Tourismusnetzwerk, Tourismusforen / Erfahrungsaustauschformaten) definiert.

Bei dem Leitprojekt Sicherstellung der dauerhaften Finanzierung der Tourismusaufgaben und Organisationen ist die nachhaltige Entwicklung in den Katalog von Mindestkriterien aufgenommen und damit Grundlage der Förderfähigkeit. Demnach können die regionalen Tourismusverbände gefördert werden, die in einem Punktesystem die Kriterien der Leitlinie einer nachhaltigen Tourismusentwicklung erfüllen. Die im Masterplan angeführten Kriterien sind dort hingehend zu ergänzen, um der Leitlinie zu entsprechen.

Das als Leitprojekt aufgeführte Kompetenzzentrum Tourismus muss die Leitlinie des nachhaltigen Tourismus in die Weiterentwicklung der Produkte und Produktlinien überführen. Hierzu gehören auch nachhaltige touristische Produkte und Projekte, so wie diese im **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** dargestellt wird.

Die Federführung des Ausbaus der agilen Zusammenarbeitsformen obliegt dem LTV. Hier sind die Arbeiten aus der Nachhaltigkeitsoffensive einzubinden.

- **Tourismusbewusstsein:** In diesem Handlungsfeld geht es um die Wahrnehmung der Rolle des Tourismus und dessen Auswirkung auf die Freizeit- und Lebensqualität sowie auf die Attraktivität als Wirtschaftsstandort als eines der Kernthemen der

nachhaltigen touristischen Entwicklung. Alle vier Leitprojekte sind damit auch Themen der Nachhaltigkeitsoffensive: Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation, Akzeptanz und Bewusstsein, Stärkung des Bewusstseins der Bedeutung des Wirtschaftsfaktortourismus in politischen Fraktionen und Gremien, Kampagne zur Verbesserung des Images in Hotellerie und Gastronomie für Fachkräfte, Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Sachsen-Anhalt-Tourismus.

Bis auf die Binnenmarketingkampagne hat der LTV hier die Koordination im Schulterschluss mit der gesamten Tourismuswirtschaft und weiteren Interessensvertretungen wie den IHKn und dem DEHOGA übertragen bekommen.

2.1.2 Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt

Ein digitales Bindeglied zwischen den touristischen Partnern im Land Sachsen-Anhalt ist das digitale **Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt**¹³, welches über eine Innovations- und E-Learning-Plattform verfügt sowie touristische Akteure über aktuelle Themen im Tourismus informiert. In einem „Tourismus Forum“ wird der Austausch zwischen den Einwohnern und den touristischen Akteuren geschaffen. Es wird vom LTV verantwortet.

Die digitale Plattform hat eine zentrale Bedeutung bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsinitiative. Hier wird ein Großteil der Kommunikation aufgesetzt werden können.

2.2 Status quo: Tourismus auf Ebene der Regionen und Städte

Im Folgenden stellen wir den Status quo der Nachhaltigkeitsleistungen auf der Ebene der sechs Regionalverbände und der Städte vor. Dabei werden Ergebnisse der Selbsteinschätzung einem Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt, der aus der Auswertung von Medien und insbesondere der Webseiten der Mitglieder erstellt wurde.

2.2.1 Befragungsergebnisse zur Erfassung der Nachhaltigkeitsausrichtung Tourismus auf Ebene der Regionen und Städte sowie lokaler Akteure

Im Rahmen dieser Nachhaltigkeitsstrategie für den Tourismus in Sachsen-Anhalt wurde zur Erfassung des Status quo eine Befragung von touristischen Akteuren durchgeführt. In zwei identischen Befragungen wurden 1) Regionalverbände (Altmark, Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg, Urlaubsregion Mittelelbe, Harz, Saale-Unstrut) und die Städte Dessau-Roßlau, Halle (Saale) und Magdeburg (neun vollständig abgegebener Fragebögen) sowie 2) weitere Akteure auf der lokalen Ebene befragt. Aus der Befragung der Akteure auf lokaler Ebene, die über die Regionalverbände und Städte zur Teilnahme eingeladen wurden, konnten 24 vollständig ausgefüllte Fragebögen ausgewertet werden.

Die Umfrage umfasste 20 Fragen¹⁴ bezüglich der Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in der touristischen Strategie, Angebotsgestaltung nach den Kriterien wie

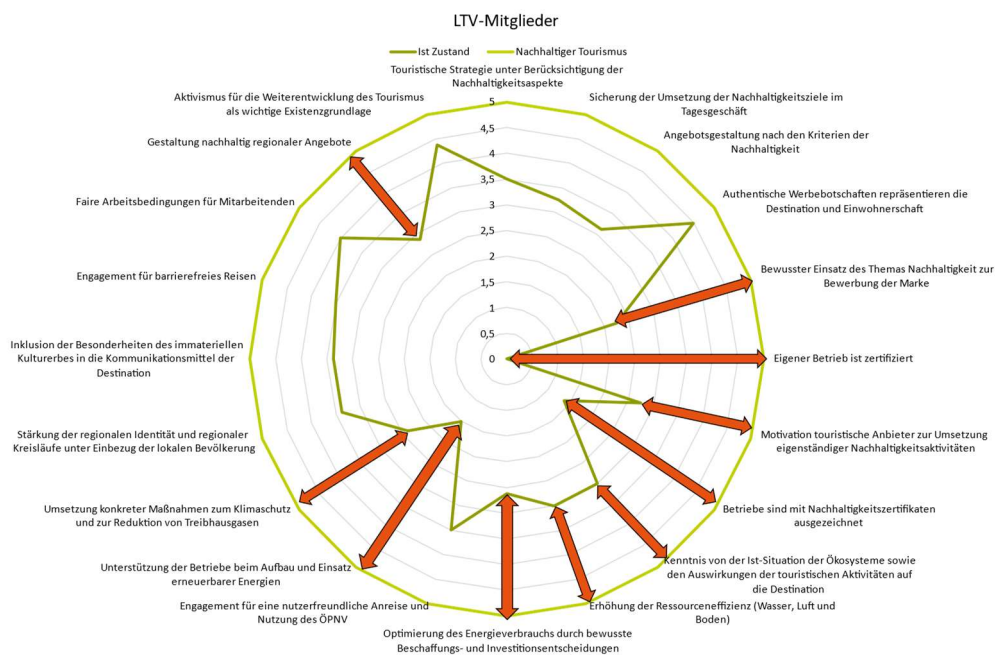
¹³ Vgl. <https://www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de/>

¹⁴ Die vollständige Fragestellung der Umfrage findet sich im Anhang 1, in den folgenden Abbildungen werden Abkürzungen verwendet.

Klimafreundlichkeit und Regionalität, Zertifizierungen im Nachhaltigkeitsumfeld, Förderung der regionalen Identität, Wertsetzung auf Barrierefreiheit und faire Arbeitsbedingungen, Engagement für klimaschonende Maßnahmen und Stärkung der lokalen Wirtschaft. Die Umfrage folgt dem Kriterienkatalog des DTV-Praxisleitfadens Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus anhand der Handlungsfelder in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit und des Managements.

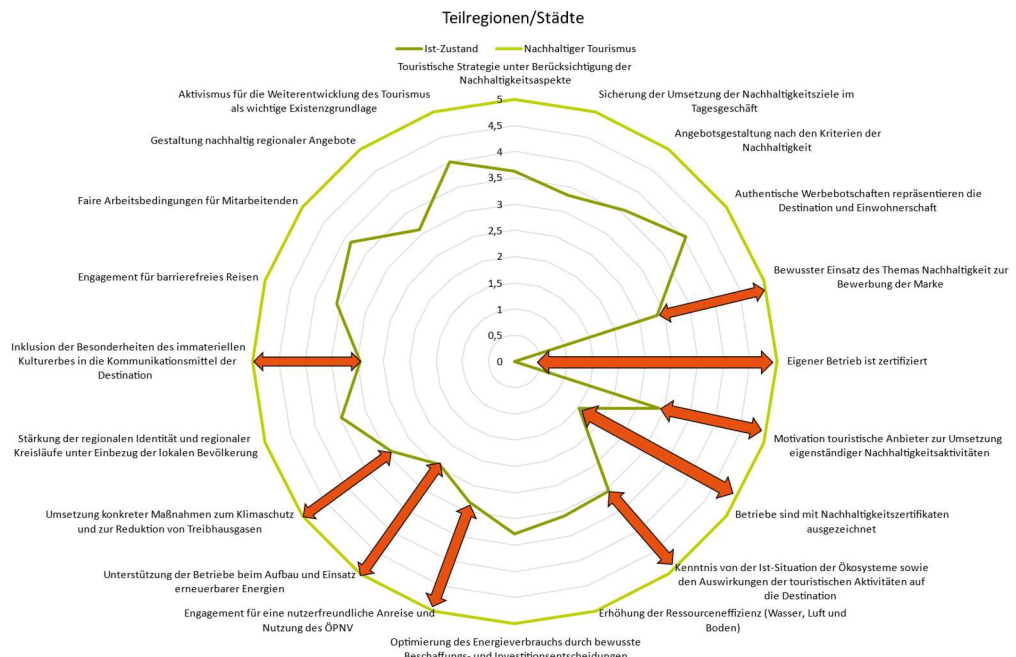
Die folgenden zwei Abbildungen (Abb. 1, Abb. 2) zeigen die Befragungsergebnisse der Mitglieder des Tourismusverbandes sowie der lokalen Ebene in Sachsen-Anhalt. Die Akteure konnten die Fragen mit 0 = trifft nicht zu, bis 5 = trifft voll zu eigenständig bewerten. Dementsprechend gibt der äußere hellgrüne Kreis das Optimum (Nachhaltiger Tourismus) und die inneren dunkelgrünen Linien den Ist-Zustand (Selbsteinschätzung) der Akteure an. Die roten Pfeile markieren die Bereiche mit der größten Abweichung zwischen der Selbsteinschätzung und dem Sollzustand einer umfangreichen Nachhaltigkeitsausrichtung. Je länger ein roter Pfeil ist, umso dringlicher ist der Handlungsdruck und umso größer die Aufgabe in dem Handlungsfeld. Die Befragung der lokalen Ebene ist dabei nicht repräsentativ, da nicht alle Teilregionen oder Orte teilgenommen haben und der Rücklauf sich 24 vollständig ausgefüllte Fragebögen beschränkt.

Abb. 1 Befragungsergebnisse der Regionalverbände und Städte



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023; n=9

Abb. 2 Befragungsergebnisse der lokalen Ebene



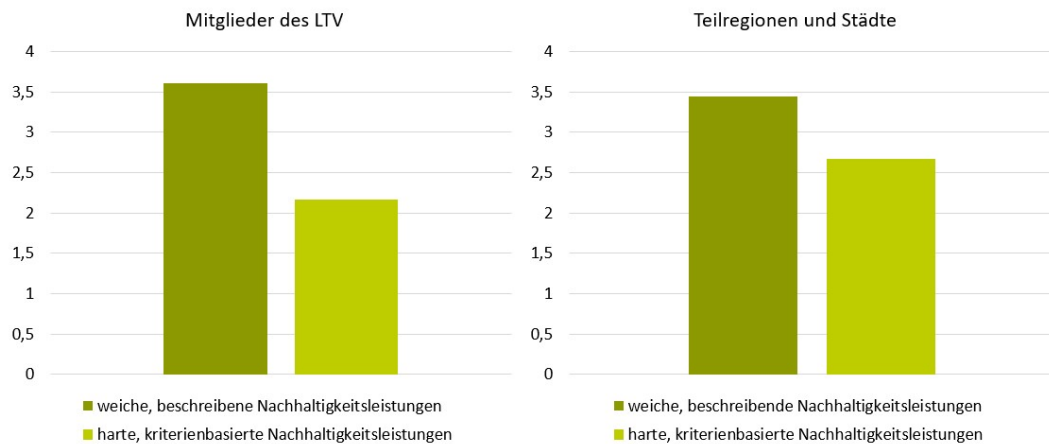
Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023; n= 24

Auswertung der Befragungsergebnisse:

- Es gibt in allen Handlungsfeldern eine große Lücke zwischen der vollständigen Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit und dem gegenwärtigen Zustand der Nachhaltigkeitsleistungen. Dabei erreichen die Mitglieder des LTV im Vergleich zu den lokalen touristischen Organisationen einen geringfügig niedrigen Erfüllungsgrad.
- Bemerkenswert ist, dass die Akteure ihre Nachhaltigkeitsleistungen besonders positiv bei authentischen Werbebotschaften und dem Image der Destination sowie der Förderung des Tourismus als fairen Arbeitsplatz einschätzen. Sowohl die Mitglieder des LTV als auch die lokale Ebene bewerteten diese Aspekte mit Erfüllungsgrad von größter vier.
- Die roten Pfeile weisen auf die großen Schwächen in der Umsetzung nachhaltiger touristischer Entwicklung hin, wobei sich die gravierendsten Defizite bei der Frage der Zertifizierung ergeben. Aus der weiteren Recherche bestätigt sich, dass die Zahl der Zertifizierung von Regionen und Betrieben im Tourismussektor im Bereich Nachhaltigkeit auf das Land Sachsen-Anhalt bezogen gering ist und sich auf die Regionen Harz und die UNESCO Biosphärengebiete konzentriert.¹⁵

Die erfragten Nachhaltigkeitsleistungen lassen sich in zwei Kategorien unterteilen: weiche und kriterienbasierte Nachhaltigkeitsleistungen. Zu den **weichen, beschreibenden Nachhaltigkeitsleistungen** zählen Aspekte wie die strategische Planung innerhalb des Betriebs, die Vermarktung von Nachhaltigkeit, Natur und Landschaft, sowie die Berücksichtigung von Wasser, Luft, Boden, Mobilität, Bevölkerung und Kultur. Zu den **harten, kriterienbasierten Nachhaltigkeitsleistungen** zählen nachhaltige Angebotsgestaltung, Zertifizierung, Motivation der touristischen Akteure sowie messbarer Energieeinsatz und Treibhausgasemissionen. In die Gruppe der harten und die der weichen Kriterien können je zehn Fragen zugeordnet werden. In der nachfolgenden Abbildung zeigt sich, dass die weichen Kriterien in der Selbsteinschätzung als besser erfüllt angesehen werden als die kriterienbasierten Leistungen. Das weist auf Umsetzungsdefizite hin, die bei kriterienbasierten Nachhaltigkeitsleistungen nicht zu verleugnen sind. (vgl. Abb. 3)

¹⁵ Im Harz gibt es im Land Sachsen-Anhalt aktuell eine Destination und 7 Betriebe, die ein Zertifikat im Bereich Nachhaltigkeit haben, 24 Betriebe sind Biosphärenreservats-Partner (Quelle: www.viabono.de, www.harzinfo.de/die-region/nachhaltiger-harz/zertifizierte-betriebe, www.flusslandschaft-elbe.de/partnerbetriebe)

Abb. 3 Weiche und harte Nachhaltigkeitsleistungen

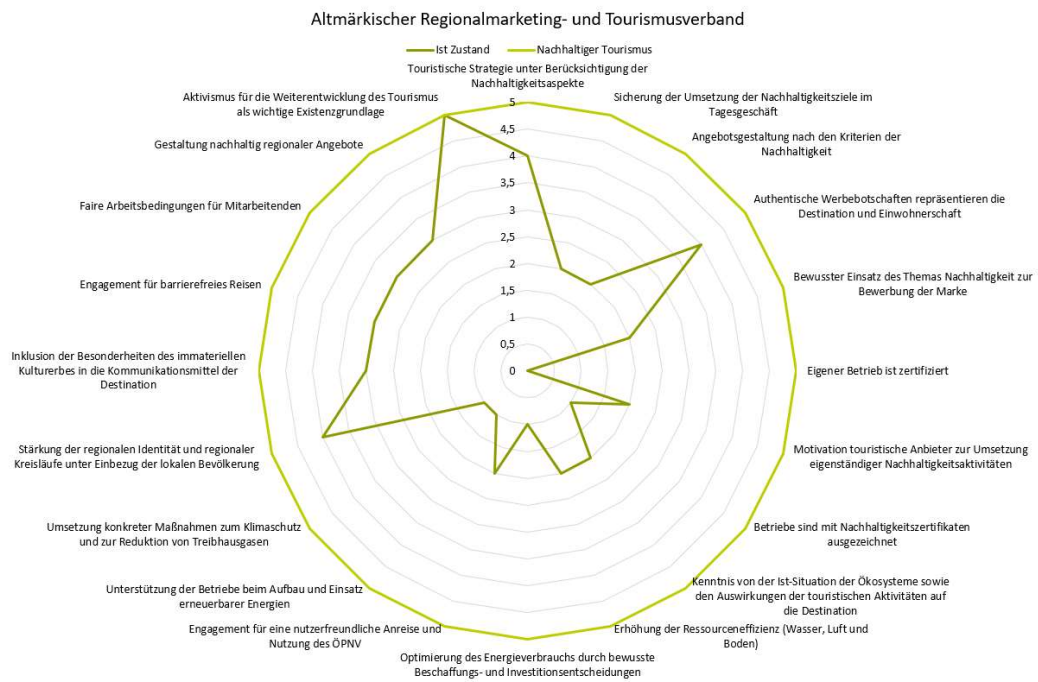
Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

In der Gegenüberstellung der Befragungsgruppen in Abb. 3 zeigt sich, dass die lokale Ebene bei den kriterienbasierten Nachhaltigkeitsleistungen deutlich besser abschneidet und sich bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsleistungen eher besser einschätzt, verglichen mit der Gruppe der LTV-Mitglieder.

2.2.2 Die Altmark

Die Selbsteinschätzung der Altmark zeigt ausgeprägte Stärken im Bereich des Innen- und Außenmarketings, insbesondere hinsichtlich Regionalität sowie der Förderung des Tourismussektors. Wirtschaftsförderung und Partizipation zeigen sich auch an der Einbindung des Vereins AltmarkMacher e. V. Der Altmärkische Regionalmarketing und Tourismusverband ist touristische Organisation und Wirtschaftsförderung. Hingegen sind in der Selbsteinschätzung deutliche Schwächen bei der Zertifizierung, Ressourceneffizienz und ÖPNV-Anbindung ersichtlich. Insgesamt schätzt sich die Region in ihrer Leistung als weniger gut ein.

Abb. 4 Selbsteinschätzung Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt:

Abb. 5 Die Altmark – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	<ul style="list-style-type: none"> „Grünes Band“ – Naturschutzprojekt Fachkräfte: Nachwuchsgewinnung, Rückkehrer, duales Studium vgl.: (https://www.altmark.de/wirtschaft/fachkraefte/duales-studium/)
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> Website-Reiter „Verkehr“: Informationen zur An- und Abreise mit Bahn, (Ruf-)Bus, E-Mobilität und Pendeln Hansestadt Stendal: optimale ICE-Anbindung, einer der wichtigsten Bahnverkehrsknotenpunkte Norddeutschlands
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	Keine Informationen ersichtlich
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> Sport- & Freizeitangebote: Wandern, Radfahren, Gesundheit & Wellness Breites kulturelles Angebot mit historischen Persönlichkeiten, Museen etc. „echt Altmark“-Betriebe Grünes Band, Blaues Band mit entsprechenden Angeboten Gartensommer und Natur im Garten
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Website-Reiter „Regional Genießen“ echt Altmark – Regionalsiegel = Zertifizierung für Gastronomie & Hotellerie, Landwirtschaftliche Erzeugnisse, Lebensmittel-Verarbeitung/-Veredelung, Ladengeschäfte, Kunsthandwerk, Erlebnis-Anbieter (24 Betriebe) Website-Reiter „Regional Einkaufen“: Unterstützung regionaler Bauernmärkte, Hof- und Bioläden, Lebensmittel & Feinkost, Modegeschäfte, Hobby & Freizeit, Altmark-Kiste
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> UNESCO Biosphärenreservat Mittelelbe Biosphärenreservat Drömling (UNESCO Biosphärenreservat) „Grünes Band“ – Naturschutzprojekt Website-Reiter „Umweltschutz“: Informationen zu Abfallwirtschaft, Naturschutz, nachhaltiges Wirtschaften
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> Website-Reiter „Barrierefreier Urlaub – Reisen für Alle in der Altmark“, Anzahl: 16 Einrichtungen „Barrierefreiheit geprüft“ Unterkunftsbuchung: Kriterium behindertenfreundlich
Nachhaltigkeitszertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> „echt Altmark“ – Regionalsiegel = Zertifizierung für Gastronomie & Hotellerie, Landwirtschaftliche Erzeugnisse, Lebensmittel-Verarbeitung/-Veredelung, Ladengeschäfte, Kunsthandwerk, Erlebnis-Anbieter Partnerprogramme der UNESCO Biosphärenreservate Flusslandschaft Elbe und Drömling (Elbe: 26 Betriebe, Drömling ca. 40 Partner)
Umweltbildung und Bewusstsein	<ul style="list-style-type: none"> „Grünes Band“: Angebote an Expeditionen und Führungen Bildungsangebote der beiden Biosphärenreservate
Community-Partizipation	<ul style="list-style-type: none"> Bürgerinitiative Stendal e. V. Netzwerk: Wirtschaftsunioren Altmark Altmarkmacher e.V. Ehrenamtsinitiative Altmarkkreis Salzwedel
Transparenz und Feedback	<ul style="list-style-type: none"> Angebot zur „Rückmeldung zur Website“
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> Wirtschaftspreis Altmark mit Sonderkategorien »Existenzgründung« und »Tourismus & Gastronomie«

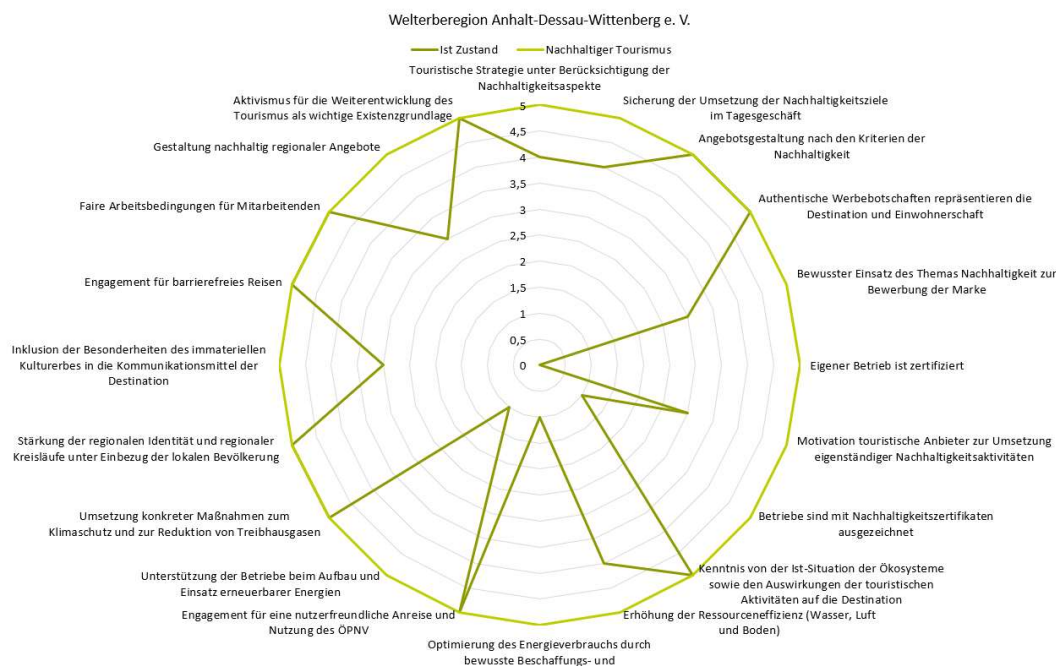
Gutachterliches Fazit

- Die Selbsteinschätzung fällt negativer aus als die Überprüfung im Nachhaltigkeit-Check.
- Die Destination hat ein eigenes Regionalsiegel eingeführt, das die Nachhaltigkeitsleistung der regionalen Wirtschaftskreisläufe zertifiziert. Insgesamt tragen 24 Betriebe das Regionalsiegel.
- Die Altmark fokussiert sich neben den Themen Hansestädte, Kultur und Kunst auf das Thema Landurlaub, das eine hohe Schnittmenge mit nachhaltigem Tourismus aufweist.
- Im Bereich Ökologie/Ökonomie hat die Region mit den Biosphärenreservaten und deren Partnerprogrammen (über 60 Betriebe) einen guten Stand.
- Es besteht weiteres Entwicklungspotenzial, insbesondere im Hinblick auf die Bündelung bestehender einzelner Angebote und Produkte mit einer nachhaltigen Ausrichtung zu einem erlebbaren touristischen Produkt.

2.2.3 Die Welterberregion Anhalt-Dessau-Wittenberg

Die Selbsteinschätzung der Welterberregion Anhalt-Dessau-Wittenberg zeigt einen hohen Erfüllungsgrad von Nachhaltigkeitsleistungen. Es ist auffällig, dass die Werte bei den kriterienbasierten Fragestellungen wie Zertifizierung, Ressourceneffizienz stark abfallen.

Abb. 6 Selbsteinschätzung der Welterberregion Anhalt-Dessau-Wittenberg



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt:

Abb. 7 Die Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	Keine Informationen ersichtlich
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationen zur An- und Abreise mit der Bahn, (Pkw und Elektroauto, Flugzeug) ■ „Unsere Tipps für das bequeme Reisen vor Ort“ mit der Dessau-Wörlitzer Eisenbahn, Welterbe-Buslinie oder Bauhaus-Buslinie ■ Verlinkung der Zug- und Busverbindungen mit FlixTrain/-Bus, Streckenfahrpläne Abellio ■ Nutzung des ÖPNV-Angebots mit der Welterbe Karte (Gästekarte) möglich ■ Einbindung von Radverleihstationen in das Leistungsspektrum der Gästekarte
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	Keine Informationen ersichtlich trotz vielfältiger Angebote im Bereich Nachhaltigkeit ist kein expliziter Hinweis oder eine Landingpage vorhanden.
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> ■ UNESCO-Welterbe ■ Gartenreich ■ Gartenträume ■ „WelterbeRadeln“ mit Radwegen und Thementouren ■ Bäder und Wellness ■ Welterbe&Wasser mit umfangreichen Angeboten ■ Rad- und Erlebnisroute Kohle Dampf Licht Seen als Route des Strukturwandels ■ Regiokisten aus Anhalt-Dessau-Wittenberg (Spezialitäten zum Mitnehmen und Verschenken)
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ■ WelterbeKaffee ■ Übersichtskarte regionaler Händler: Hof- und Bioläden, Lebensmittel & Feinkost ■ Zusammenfassung in Kampagne "WelterbeGenuss"
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> ■ UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe ■ Naturpark Dübener Heide ■ Naturpark Fläming ■ Naturpark Unteres Saaletal ■ Projekt Goitzsche-Wildnis
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Website-Reiter „Reisen für alle“ mit zertifizierten Einrichtungen, Urlaubsinspirationen und zertifizierten Wander- und Radwanderwegen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Große Anzahl geprüfter Einrichtungen, Ausstellungen, Kirchen, Unterkunft und Gastronomiebetriebe sowie Touristinformationen ▪ Darstellung mit den jeweils gültigen Prüfkriterien ▪ Kartendarstellung der barrierefreien Angebote
Nachhaltigkeitszertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Jugendherberge der Stadt Bernburg (Saale): TourCert-Zertifikat
Umweltbildung und Bewusstsein	Keine Informationen ersichtlich
Community-Partizipation	<ul style="list-style-type: none"> ■ WelterbeBlog – Reiseblog von Partnern und Bürgern.
Transparenz und Feedback	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gästebefragung
Sonstiges	Keine Informationen ersichtlich

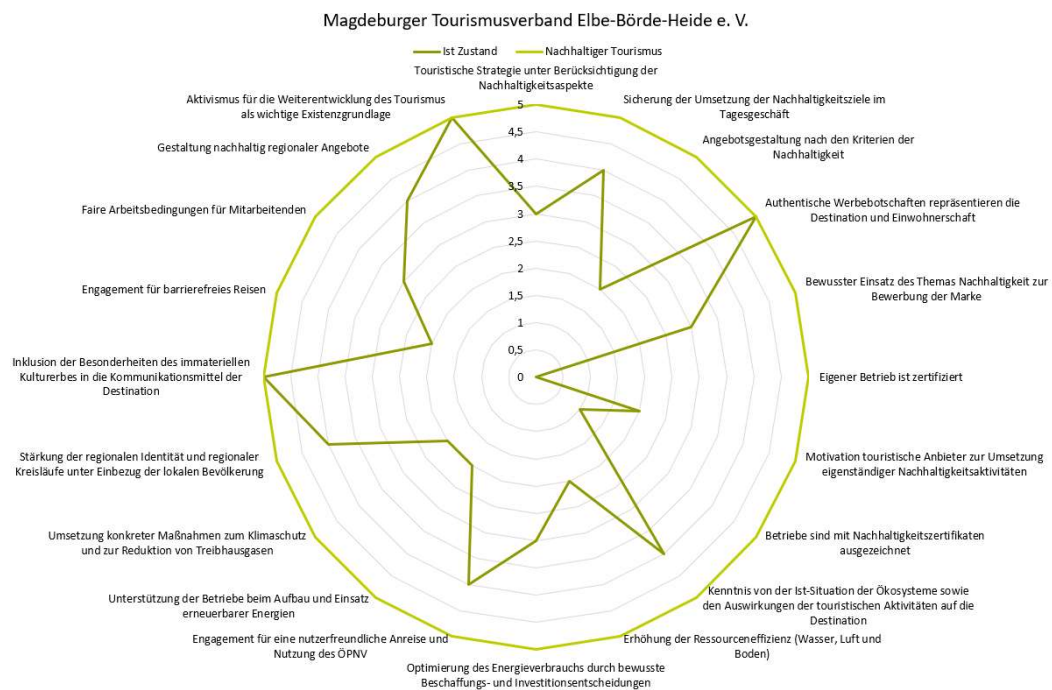
Gutachterliches Fazit:

- Die Vergleichsanalyse zeigt, dass die Selbsteinschätzung sehr positiv ist und die Nachhaltigkeitsleistungen im Nachhaltigkeit-Check in der Vielzahl der Einzelangebote dies bestätigen. Die Angebote werden nicht eigens als „Nachhaltig“ dargestellt, eine Zusammenfassung der Angebote unter dem Kontext Nachhaltigkeit ist nicht zu erkennen.
- Mit Ausnahme der von TourCert zertifizierten Jugendherberge sind keine weiteren zertifizierten Betriebe ersichtlich.
- Der Fokus in der Außendarstellung der Welterberegion ist sichtlich und stringent auf das Thema Welterbe ausgerichtet. Es wäre es ratsam, vorhandene Angebote mit nachhaltiger Ausrichtung gebündelt und zielgruppenspezifischer für den Zielgruppenfokus des Landes zu präsentieren.
- Die Welterberegion ist weitgehend durch ihre Leistungen den Zielen einer nachhaltigen Reiseregion verpflichtet. Zertifizierung sind für die weitere Qualifizierung, Umsetzung der Ziele des Masterplans und eine verbesserte Zielgruppenansprache aufgrund der umfangreichen Vorarbeiten empfohlen.

2.2.4 Urlaubsregion Mittelelbe

Die Nachhaltigkeitsleistungen des Verbandes zeigen sich nach Selbsteinschätzung, insbesondere im Innen- und Außenmarketing sowie in der Förderung der Weiterentwicklung des Tourismus als essenzielle Existenzgrundlage. Im Vergleich zu den vorangegangenen Regionen bewertet sich der Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e.V. positiver in seinen Leistungen hinsichtlich Klimaschutz, Treibhausgasreduktion und Optimierung des Energieverbrauchs. Wie bereits bei den vorherigen Regionen zeigt sich, dass der gegenwärtige Anteil zertifizierter Betriebe in der Region gleich null ist.

Abb. 8 Selbsteinschätzung Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V.



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeits-Check gegenübergestellt:

Abb. 9 Urlaubsregion Mittelbe – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	Keine Informationen ersichtlich
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationen zur Anreise mit der Bahn, Bus, (Auto und Flugzeug) ■ Fahrplanauskunft der DB und INSA
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	Keine Informationen ersichtlich
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktiv: mehrere Rad- und Wanderwege in der Umgebung ■ Gesundheits- und Wellnessangebote: Solequell, Salzland und Strandsolbad ■ Kulturangebote: Theater, Museen, Kloster & Kirchen, Straße der Romanik, Burgen, Schlösser, Parks
Regionale Produkte und Wirtschaft	Keine Informationen ersichtlich
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> ■ UNESCO-Biosphärenreservat Drömling ■ Naturschutzgebiet Sülzetal ■ Naturschutzgebiet Hakel ■ UNESCO-Biosphärenreservat Mittelbe – Umweltzentrum Ronney ■ Naturpark „Unteres Saaletal“
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> ■ 23 Einrichtungen mit dem Zertifikat „Reisen für Alle“ ■ Unterkunftsbuchung: Kriterium behindertenfreundlich <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anzahl: 8 Betriebe (davon nur eine mit dem Siegel „Reisen für Alle“, einige zertifizierte „Reisen für Alle“-Betriebe sind nicht aufgeführt.
Nachhaltigkeitszertifizierungen	Partnerprogramme der UNESCO Biosphärenreservate Flusslandschaft Elbe und Drömling (Elbe: 1 Betrieb, Drömling ca. 3 Partner)
Umweltbildung und Bewusstsein	Keine Informationen ersichtlich
Community-Partizipation	Keine Informationen ersichtlich
Transparenz und Feedback	Keine Informationen ersichtlich
Sonstiges	Keine Informationen ersichtlich

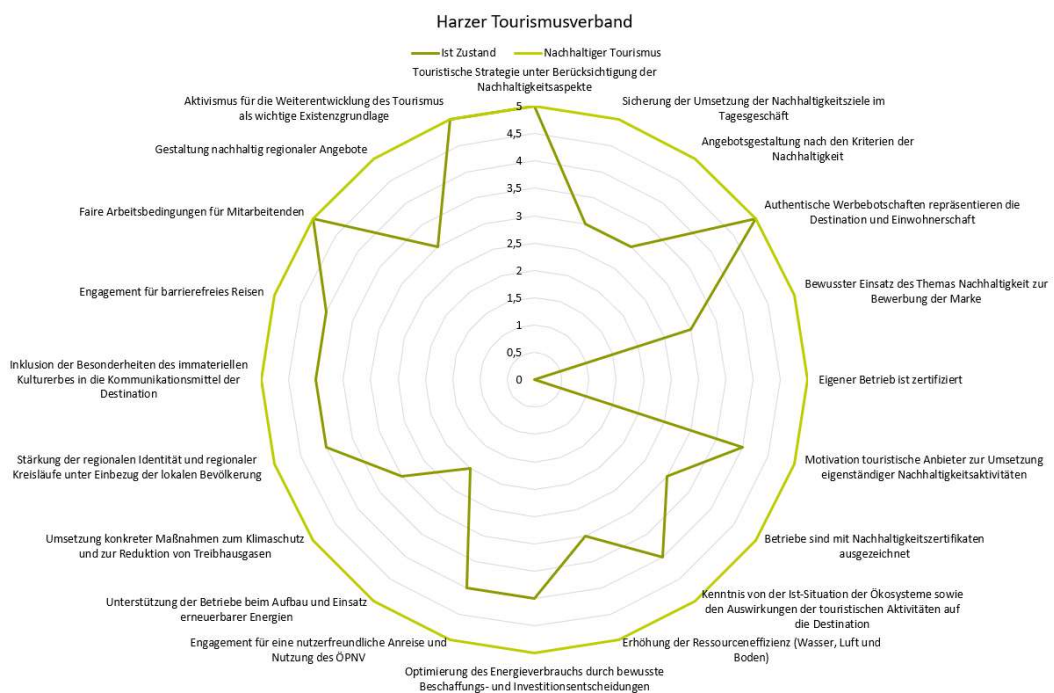
Gutachterliches Fazit:

- Die Selbsteinschätzung spiegelt das Bild des Nachhaltigkeit-Checks wider.
- Auf der Website ist kein zertifizierter Betrieb im Umfeld der Nachhaltigkeit erkennbar.
- Potenziale für die Bündelung nachhaltig ausgerichteter Angebote sind vorhanden, werden jedoch nicht ausgeschöpft oder sind nicht sichtbar.
- Dem Thema Nachhaltigkeit sollte bei der Ausrichtung touristischer Produkte und Leistungen als Querschnittsthema mehr Gewichtung zukommen.

2.2.5 Der Harz

Der Harzer Tourismusverband bewertet seine Nachhaltigkeitsleistungen im Vergleich zu vorherigen Regionen deutlich positiver. Die Abbildung verdeutlicht die Stärken des Verbandes im Innen- und Außenmarketing, der Unterstützung regionaler Kreisläufe sowie des Engagements für eine benutzerfreundliche und umweltfreundlichere Anreise. Im Gegensatz zu den vorherigen Regionen verzeichnet der Harz eine vergleichsweise hohe Anzahl zertifizierter Betriebe.

Abb. 10 Selbsteinschätzung Harzer Tourismusverband



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt:

Abb. 11 Der Harz – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Initiative „Der Wald ruft“ ■ 0 % Müll-100 % Harz #NimmsWiederMit ■ Baumpflanzaktionen
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> ■ HATIX – das Harzer Urlaubsticket: Fahrschein in allen öffentlichen Bussen und Straßenbahnen für Übernachtungsgäste in den Landkreisen Harz, Mansfeld-Südharz, Goslar und Göttingen ■ Anreise mit der Bahn
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	<p>„Nachhaltiger Harz, kein Hexenwerk“ als eigene Rubrik auf der Webseite mit der Zusammenfassung aller Reiseinformationen für eine nachhaltige Destination.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Initiative „Der Wald ruft“ ▪ 0 % Müll-100 % Harz #NimmsWiederMit
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> ■ „Naturnah Reisen“ mit Tipps für einen nachhaltigen Urlaub ■ Wandertouren ■ Mountainbike-Touren ■ Gesund- und Vitalangebote ■ Harzer Klöster
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ■ Regionalmarke „Typisch Harz“ mit Hof- und Bioläden, Lebensmittel ■ Harz Genussbox
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nationalpark Harz ■ UNESCO Global Geopark Harz · Braunschweiger Land · Ostfalen ■ Naturparke im Harz ■ Biosphärenreservat Karstlandschaft Südharz
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Website-Reiter „Barrierefrei im Harz“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ 66 Einrichtungen mit dem Zertifikat „Reisen für Alle“
Nachhaltigkeitszertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Viabono: 55 Betriebe unterschiedlichster Qualitätssiegel, davon 13 mit direktem Nachhaltigkeitsbezug in Sachsen-Anhalt ■ Nachhaltigkeitssiegel: „Nachhaltiger Harz...kein Hexenwerk“, über 70 Betriebe sind bereits zertifiziert
Umweltbildung und Bewusstsein	<ul style="list-style-type: none"> ■ Initiative „Der Wald ruft“ ■ 0 % Müll-100 % Harz #NimmsWiederMit ■ Baumpflanzaktionen
Community-Partizipation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Podcast „Der Harz hinter den Kulissen“ Vorstellung von Personen und ihrer Tätigkeit im Harz ■ Harz-Magazin, Urlaubsblog
Transparenz und Feedback	<ul style="list-style-type: none"> ■ Transparenz der Nachhaltigkeitskriterien
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pädagogische Angebote für Schulklassen, Inklusionen und Jugendgruppen

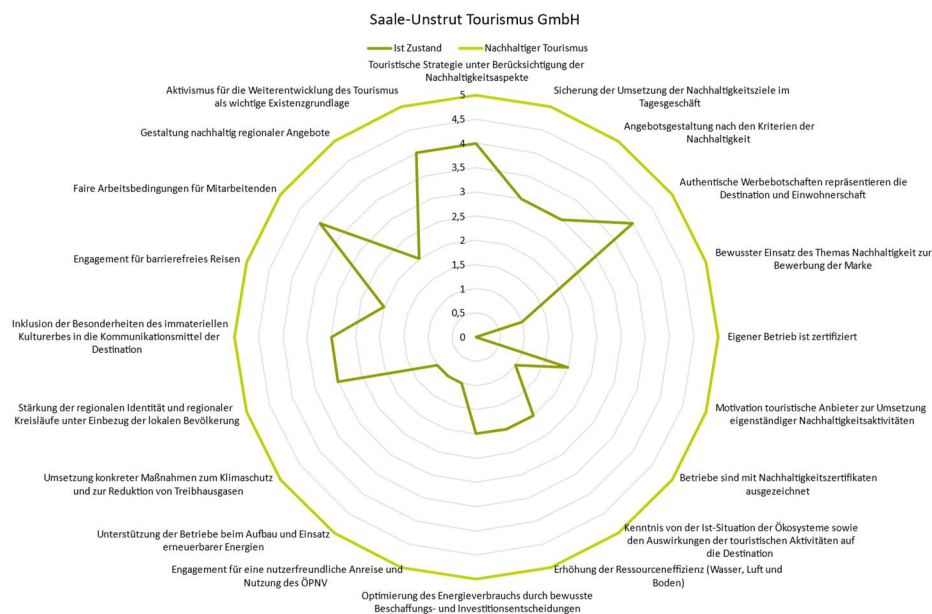
Gutachterliches Fazit:

- Der Harzer Tourismusverband präsentiert eine fundierte Selbsteinschätzung, die durch den Nachhaltigkeitscheck bestätigt wird.
- Die Anzahl an zertifizierten Betrieben ist im Vergleich zu anderen Regionen und Städten, auch im Deutschlandweiten Vergleich, hoch.
- Mit „Tipps für einen nachhaltigen Urlaub“ und einer Regionalmarke weist der Harzer Tourismusverband ein bemerkenswertes nachhaltiges Angebot auf, das transparent kommuniziert wird.
- Im Sinne der Integration der Nachhaltigkeit in die internen Abläufe und die Ausrichtung der künftigen Produkte gemäß Masterplan werden weitere Zertifizierungen im Bereich der lokalen touristischen Organisationen und des Tourismusverbandes empfohlen.

2.2.6 Saale-Unstrut

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH schätzt in der Selbsteinschätzung ihre Nachhaltigkeitsleistungen eher gering ein. Ein Wert von vier wird lediglich bei authentischen Werbebotschaften, den fairen Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden, der Einbindung von Nachhaltigkeitsaspekten in die touristische Strategie und der Weiterentwicklung des Tourismus als wichtige Lebensgrundlage gesehen.

Abb. 12 Selbsteinschätzung Saale-Unstrut Tourismus GmbH



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt:

Abb. 13 Saale-Unstrut – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status quo
Informationen zu nachhaltigen Initiativen, Projekten	<ul style="list-style-type: none"> Projekt „Arbeitskräftegewinnung im Tourismus und Steigerung des Branchenimages“ und eigene Website zum Leben und Arbeiten im Tourismus Gründung einer Arbeitgebermarke „Gemeinsam Saale-Unstrut“ und Verabschiedung einer Charta als Basis für attraktive Arbeitsbedingungen in den teilnehmenden Betrieben
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> Informationen zur An- und Abreise mit der Bahn und den Nahverkehrszügen, sowie vor Ort mit den Regionalbahnen von Abellio, PVG Burgenlandkreis Buslinien; mit dem Pkw und Flugzeug
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> Keine Informationen ersichtlich.
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> Breites Aktiv- und Naturangebot: Radwege, Wanderwege Breites Angebot Wellness & Gesundheit: Sole-Heilbäder, staatl. anerkannte Erholungsorte, Kurparke, Thermen Breites kulturelles Angebot: Museen, Burgen & Schlösser, Kirchen, Dome, Klöster, Parks & Gärten
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Initiative „handgemacht Saale-Unstrut“ mit derzeit 55 regionalen Partnern unterschiedlicher Branchen, eigene Website und Informationsangebote mit Vorstellung der Teilnehmenden und deren Angeboten, Schaffung von Erlebnisangeboten Mehr als 60 Weingüter, Winzerhöfe und Straußwirtschaften große Winzervereinigung Freyburg-Unstrut eG Landesweingut Kloster Pforta
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> Geo-Naturpark Saale-Unstrut-Triasland Naturpark Unteres Saaletal
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> Es gibt 37 zertifizierte Einrichtungen im Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“, darunter auch Touristinformationen. Die Auszeichnung der barrierefreien Einrichtungen auf der Webseite ist nicht nutzerfreundlich.
Nachhaltigkeitszertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> Keine Informationen auf der Destinationswebseite ersichtlich. Es sind 3 Betriebe „GreenSign“ zertifiziert.
Umweltbildung und Bewusstsein	<ul style="list-style-type: none"> Eigene Website zum Leben und Arbeiten im Tourismus Informationen der Naturparke
Community-Partizipation	<ul style="list-style-type: none"> 2 Blogs
Transparenz und Feedback	<ul style="list-style-type: none"> Gästabefragung
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> Qualitätsinitiative „Produktcheck“ für touristische Partner und Auszeichnung als „Glanzlicht Saale-Unstrut“ bei Erreichen eines Mindestlevels, Unterstützung bei Produktoptimierung und -entwicklung Thema Nachhaltigkeit in Tourismusstrategie verankert Ausbildung Nachhaltigkeitsmanager ist erfolgt

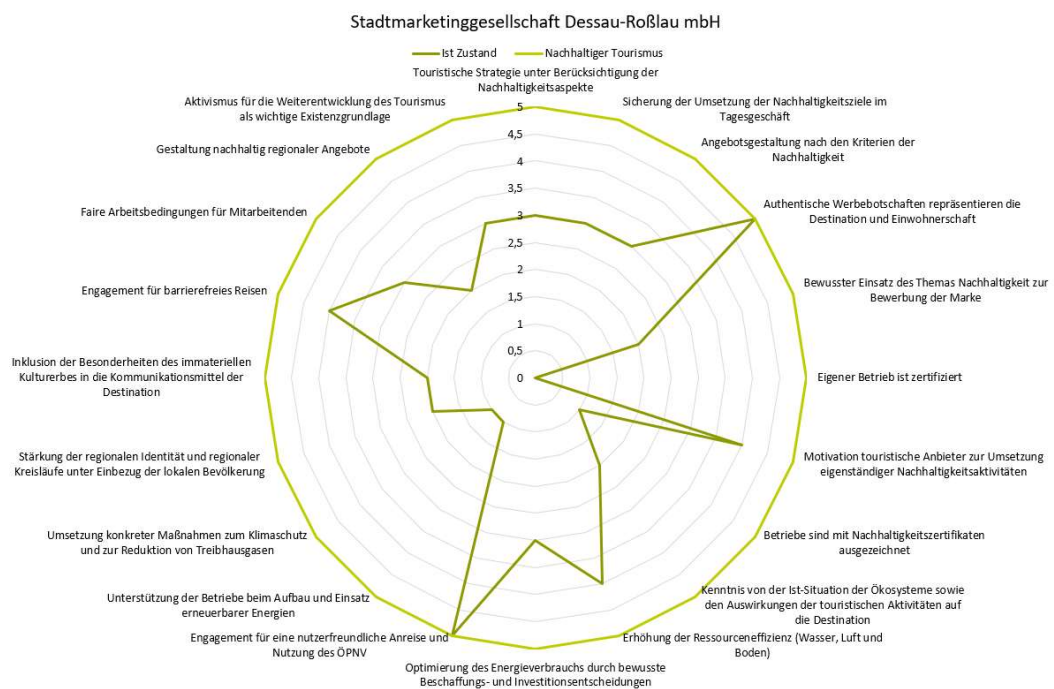
Gutachterliches Fazit:

- Die Nachhaltigkeitsleistungen werden in der Selbsteinschätzung deutlich zu gering angesehen. Der Nachhaltigkeit-Check zeigt eine höhere Nachhaltigkeitsleistung.
- Auf der Website ist kein nachhaltigkeitszertifizierter Betrieb erkennbar, auch wird auf der Webseite das Thema Nachhaltigkeit nicht ausgeführt. In der Region sind Betriebe bereits zertifiziert (z. B. 3 zertifizierte GreenSign Übernachtungsbetriebe)
- Die vorhandenen Angebote, die einen nachhaltigen Urlaub fördern könnten, sowie die Einführung einer Regionalmarke schaffen eine solide Basis für zukünftige Projekte und Entwicklungen eines nachhaltigen Reiseziels. Die Nachhaltigkeitsleistungen sollten zusammengefasst und den Zielgruppen entsprechend präsentiert werden.
- Wir empfehlen zur Umsetzung der Leitlinie der nachhaltigen Tourismusedwicklung nach Masterplan weitere Umsetzungen und Zertifizierungen auf der örtlichen Ebene.

2.2.7 Dessau-Roßlau

Die Selbsteinschätzung offenbart einen sehr unterschiedlichen Erfüllungsgrad der Nachhaltigkeitsleistungen. Es wird ersichtlich, dass die Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau ihre Stärken der Nachhaltigkeitsleistungen beispielsweise in der Motivation touristischer Anbieter zu eigenständigem Handeln im Bereich Nachhaltigkeit, im Innen- und Außenmarketing sowie im Engagement für eine umweltfreundlichere An- und Abreise sieht. Es werden die Schwächen bei Strategie, Zertifizierung und den konkreten Maßnahmen im Klimaschutz deutlich.

Abb. 14 Selbsteinschätzung Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt:

Abb. 15 Dessau-Roßlau – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Baumspende-Aktion für Gäste ■ Standortkampagne „Leben, Wohnen, Arbeiten in Dessau-Roßlau“
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationen zur An- und Abreise mit der Bahn, Reisebus, (Auto, Wohnmobil und Flugzeug) ■ Informationen zur Mobilität vor Ort mit dem ÖPNV, Bussen und Straßenbahnen, E-Scooter
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktivkampagne „Radurlaub Dessau-Roßlau“ ■ Standortkampagne „Leben, Wohnen, Arbeiten in Dessau-Roßlau“ & „Alles hier machbar“
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktivangebot an zahlreichen Radstrecken, Wandern in der Oranienbaumer Heide, Paddeln, Golfen etc. ■ UNESCO Gartenreich Dessau-Wörlitz ■ Unterkunftsbuchung: Kriterium Nachhaltigkeit mit Unterkategorien (Erneuerbare Energien, E-Ladestationen, Ökostrom usw.) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anzahl: 12 Betriebe
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reiseangebot „Dessau für Genießer-das kulinarische Arrangement“
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> ■ UNESCO-Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe ■ Landschaftsschutzgebiet in der Oranienbaumer Heide
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> ■ 13 zertifizierte Einrichtungen im Kennzeichnungssystems „Reisen für Alle“ ■ Drei Unterkünfte sind „Reisen für Alle“ zertifiziert ■ Auf der Webseite nur eine Unterkunft als barrierefrei angezeigt
Nachhaltigkeitszertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tourist-Information mit dem TourCert Zertifikat (Module Kommunikation und Nachhaltigkeit)
Umweltbildung und Bewusstsein	<ul style="list-style-type: none"> ■ Baumspende-Aktion für Gäste
Community-Partizipation	Keine Informationen ersichtlich
Transparenz und Feedback	Keine Informationen ersichtlich
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> ■ Teilnahme am World Cleanup Day

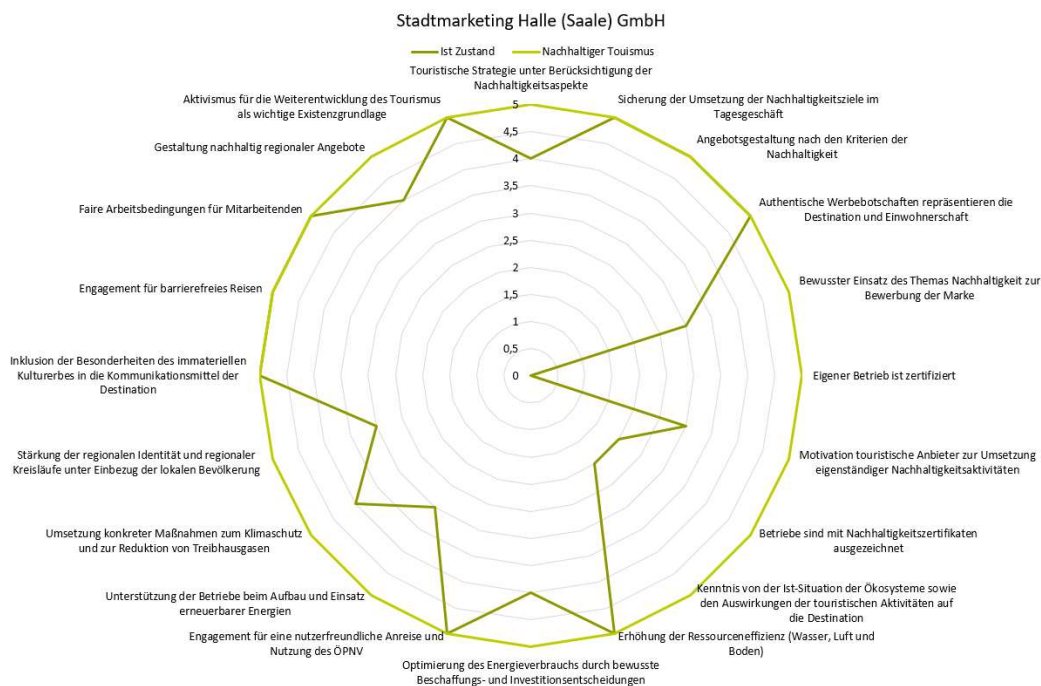
Gutachterliches Fazit:

- Die Selbsteinschätzung der Stadtmarketinggesellschaft zeigt ihre Nachhaltigkeitsleistungen als zu gering ein, der Nachhaltigkeit-Check weist auf einen höheren Erfüllungsgrad hin.
- Die Tourist-Information ist eine der wenigen zertifizierten Infopunkte und damit vorbildlich. In Dessau und Roßlau sind keine nachhaltigkeitszertifizierten Betriebe zu finden.
- Die Stadtmarketinggesellschaft bietet eine vielfältige Palette nachhaltiger Angebote an. Soziales und ökologisches Engagement ist ebenfalls erkennbar.
- Um Nachhaltigkeit vollständig umzusetzen und nachhaltige Ausrichtung der künftigen Produkte zu sichern, empfehlen wir die Ausweitung der Zertifizierung auf eine umfassende Nachhaltigkeitszertifizierung der Destination.

2.2.8 Halle (Saale)

Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH sticht in ihrer Selbsteinschätzung zur Nachhaltigkeitsausrichtung im Vergleich zu den anderen Verbandsmitgliedern heraus: Es wird die weitreichende Erfüllung von Nachhaltigkeitsleistungen gesehen. Es sind Nachhaltigkeitszertifizierungen bei Betrieben angegeben. Die Stadtmarketinggesellschaft Halle (Saale) selbst ist nicht zertifiziert.

Abb. 16 Selbsteinschätzung Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Der Selbsteinschätzung wird ein Nachhaltigkeit-Check gegenübergestellt:

Abb. 17 Halle (Saale) – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Website „Dein Halle“ rund ums Studieren, Leben und Wohnen in Halle
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationen zur An- und Abreise mit Fahrrad, Boot, Auto/Camper, Bus & Bahn, Flugzeug
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	Keine Informationen ersichtlich
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktivangebote: Rad- und Wanderwege ■ Parks und Gärten ■ Umfangreiches kulturelles Angebot (Dom, Museen, Galerien, Kirchen)
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ■ Siedesalz ■ Wein vom Weingut Born ■ Kaffee Hallesche Röstung ■ Hallesches Hansebier ■ Sekte und Weine aus der Saale-Unstrut Region ■ Genussmomente Box ■ Tee ■ Honig und Marmelade ■ Halloren Kugeln
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> ■ Naturpark Unteres Saaletal
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> ■ 17 zertifizierte Einrichtungen im Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“ ■ Nur zwei Unterkünfte sind „Reisen für Alle“ zertifiziert <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auf der Webseite keine Suchmöglichkeiten
Nachhaltigkeitszertifizierungen	Mind. 3 Unterkünfte mit Nachhaltigkeits-Zertifikaten
Umweltbildung und Bewusstsein	Keine Informationen ersichtlich.
Community-Partizipation	Keine Informationen ersichtlich.
Transparenz und Feedback	Keine Informationen ersichtlich.
Sonstiges	Keine Informationen ersichtlich.

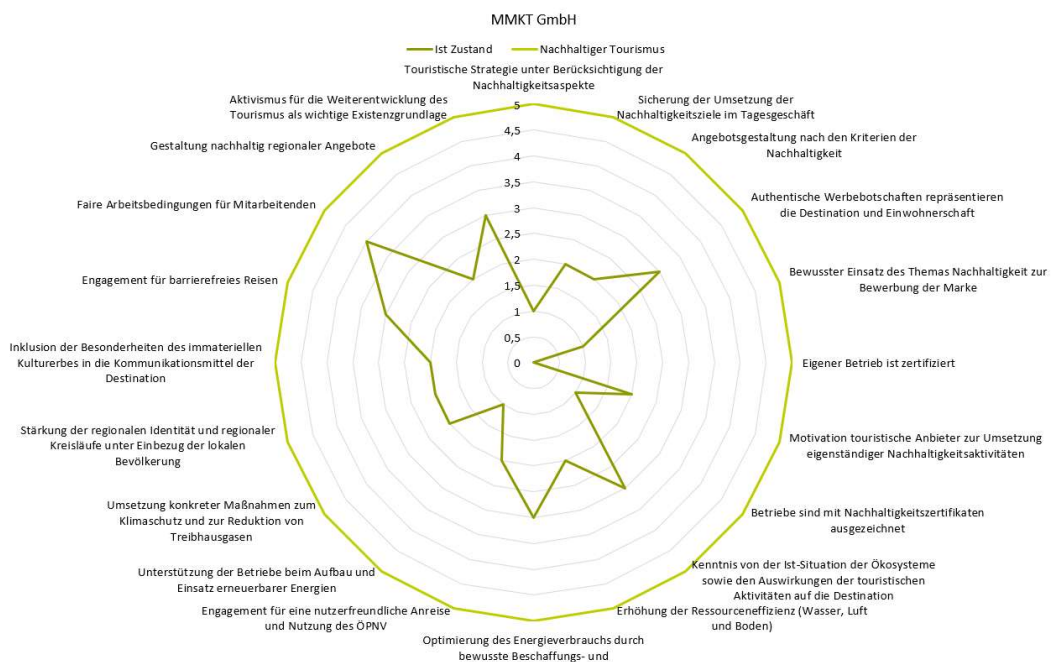
Gutachterliches Fazit:

- Die Selbsteinschätzung der Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH ist deutlich positiver als der Nachhaltigkeit-Check. Wir erkennen keine begründbare Erfüllung von Nachhaltigkeitsleistungen im Tourismus.
- Die Betriebe mit Nachhaltigkeits-Zertifizierung werden auf der Website nicht als solche dargestellt.
- Sollten zusätzliche Angebote und Produkte mit nachhaltiger Ausrichtung vorhanden sein, ist es empfehlenswert diese angemessen zu kommunizieren.
- Die Kommunikation von nachhaltigen touristischen Leistungen muss gestärkt werden.
- Wir empfehlen zur Auflösung der Lücke zwischen Fremd- und Selbsteinschätzung eine Überprüfung der erforderlichen Leistungen für einen nachhaltigen Tourismus anhand objektiver Kriterien und des Praxisleitfadens „Nachhaltigkeit im Deutschland Tourismus“.

2.2.9 Magdeburg

Die Selbsteinschätzung der Magdeburger Marketing Kongress und Tourismus GmbH zeigt eine vergleichsweise niedrige Selbsteinschätzung der eigenen Nachhaltigkeitsleistungen. In Magdeburg wird durch die intensive Beschäftigung mit dem Thema die Lücke zwischen den Leistungen im Soll und dem Status quo gesehen. Die Integration des Themas Nachhaltigkeit in die touristische Strategie wird als erforderlich angesehen, ebenso wie Ressourcen- und Effizienz-Themen.

Abb. 18 Selbsteinschätzung MMKT GmbH



Quelle: Befragung Nachhaltigkeit Sachsen-Anhalt, 2023

Abb. 19 Magdeburg – Nachhaltigkeit-Check

Kriterien	Status Quo
Information zu nachhaltigen Initiativen, Projekte	Keine Informationen ersichtlich
Öffentlicher Verkehr und Mobilität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationen zur An- und Abreise mit (Auto), Bahn, Fernbus, Fahrrad (und Flugzeug) ■ Magdeburg TouristCard: Kostenfreie Nutzung des ÖPNVs im Stadtgebiet
Werbebotschaften zum Thema Nachhaltigkeit	Keine Informationen ersichtlich
Angebote für einen nachhaltigen Urlaub	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aktivangebot: Rad- und Wanderwege in und um Magdeburg mit Reiseangeboten ■ Parks und Gärten ■ Theater, Museen, Kirchen ■ Unterkunftsbuchung: Kriterium Nachhaltigkeit mit Unterkategorien (Erneuerbare Energien, E-Ladestationen, Ökostrom usw.) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anzahl: 12 Betriebe
Regionale Produkte und Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einkaufsportale – Website: Geheimtipp-Sachsen-Anhalt: individuelle Konzepte und außergewöhnliche Produkte aus der Region ■ Magdeburger Kugeln ■ Magdeburger Kaffee
Umweltschutzgebiete und Naturparks	<ul style="list-style-type: none"> ■ UNESCO Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe
Barrierefreiheit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unterkunftsbuchung: Kriterium behindertenfreundlich <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anzahl: 17 Unterkünfte ■ Infopaket-Broschüre „Magdeburg barrierefrei“
Nachhaltigkeitszertifizierungen	Keine Informationen ersichtlich.
Umweltbildung und Bewusstsein	Keine Informationen ersichtlich.
Community-Partizipation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Videoserie über „echte“ Magdeburgerinnen und Magdeburgern ■ Blog geführt von Bürgern
Transparenz und Feedback	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gästebefragung
Sonstiges	Keine Informationen ersichtlich.

Gutachterliches Fazit:

- Die Nachhaltigkeitsleistungen werden in der Selbsteinschätzung zu gering eingeschätzt.
- Auf der Website ist kein zertifizierter Betrieb erkennbar, es sind aber mehrere Betriebe zertifiziert.
- Die Website der MMKT präsentiert ein bestehendes, nachhaltig ausgerichtetes Angebot sowie Produkte. Das soziale Engagement ist ebenfalls deutlich erkennbar und wird auf der Website entsprechend kommuniziert.
- Die Bestrebungen der Tourist Information Magdeburg, sich der Aufgabe der Zertifizierung zustellen, wird auch aus dem Blickwinkel der Anforderungen des MICE-Sektors an das Thema Nachhaltigkeit begrüßt.

2.2.10 Bestehende Nachhaltigkeitszertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“

Ein **Leuchtturm-Projekt im Bereich der Nachhaltigkeit ist die Wernigerode Tourismus GmbH (WTG)**. Anfang November 2022 erhielt die WTG das TourCert-Zertifikat als nachhaltiges Reiseziel in Sachsen-Anhalt. Damit ist sie Vorreiterin im Land Sachsen-Anhalt. Mit Tipps für einen nachhaltigen Urlaub in und um Wernigerode sowie nachhaltigen Produkten unterstützt die WTG die nachhaltige Tourismusedwicklung im Harz. Des Weiteren trägt die Stadt Wernigerode das Siegel „Fairtrade Town“¹⁶ und setzt sich damit für einen nachhaltigen Konsum ein. Die Destination Magdeburg arbeitet aktuell ebenfalls an einer Nachhaltigkeits-Zertifizierung.

¹⁶ Vgl.: www.fairtrade-towns.de/aktuelles

3 Zusammenfassung der Bewertungen

Die nachfolgende Abbildung 20 fasst die Stärken und Schwächen für eine nachhaltige Entwicklung der Destination Sachsen-Anhalt zusammen, die auf Basis der Auswertung von Strategiepapieren, der Auswertung der Befragung der Mitglieder des Tourismusverbandes sowie die lokale Ebene sowie durch die Einschätzung ausgewählter Schlüsselakteure im Rahmen des Nachhaltigkeitsworkshops ergänzt wurde. Die Ergebnisse aus dem Workshop und der Befragung widersprechen sich teilweise und sind eigens gekennzeichnet.

Abb. 20 -Zusammenfassende Analyse

Stärken/Chancen	Schwächen/Herausforderungen
Management	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten in der Tourismusstrategie „Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027“ <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachhaltige Entwicklung wird zur Leitlinie in allen Handlungsfeldern ▪ Ausbau klimafreundlicher Mobilität ▪ Digitales Besuchermanagement ▪ Qualitätsentwicklung entlang der touristischen Servicekette ▪ Agile Zusammenarbeitsstrukturen ▪ Binnenmarketing-Kampagne zur Förderung von Stolz, Identifikation & Akzeptanz ▪ Fachkräftesicherung/gute Arbeitsbedingungen ▪ Regelmäßige Gästebefragungen als Ziel ■ LTV als Dachverband der Tourismuswirtschaft: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovations- und Nachhaltigkeitsmanagerin und Koordinatorin Nachhaltigkeit / Öffentlichkeitsarbeit ▪ Nominierung für den Deutschen Tourismuspreis für „Die Innovationsplattform – Innovative Ideenentwicklung im Tourismus“ (TOP 5 von 73 Bewerbungen) ▪ mehr Qualität und Nachhaltigkeit im Leitbild verankert ▪ LTV-Umweltbeirat ▪ Betreiber von „Tourismusnetzwerk Sachsen-Anhalt“ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Im Masterplan wird in den Leitprojekten die Leitlinie der nachhaltigen touristischen Entwicklung nicht umgesetzt und in den Projekten verankert ■ Die Leitlinie der nachhaltigen touristischen Entwicklung ist im Masterplan nicht ausreichend definiert und die Aussage zur Zertifizierung nicht präzise ausgeführt. ■ keine abgestimmte, systematische Herangehensweise bei der Implementierung der Nachhaltigkeit für die Destination (ganzheitliche Strategie fehlt) ■ keines der LTV-Mitglieder ist der Nachhaltigkeit verpflichtet und zertifiziert (Selbsteinschätzung) ■ geringe Anzahl an zertifizierten Betrieben auf lokaler Ebene mit Ausnahme der Region Harz ■ Thema Nachhaltigkeit wird nur geringfügig in das Marketing integriert (Selbsteinschätzung LTV-Mitglieder) ■ wenig Aktivismus bei der Umsetzung eigenständiger Nachhaltigkeitsaktivitäten bei den Akteuren (Selbsteinschätzung) ■ Förderung des Ministeriums für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (MWL) nur bedingt an Kriterien der Nachhaltigkeit gebunden. Hier sind Kriterien Sets anzupassen.

<ul style="list-style-type: none"> ■ Aufbau der Angebote nach den Kriterien der Nachhaltigkeit in der Destination <ul style="list-style-type: none"> ▪ teils Entwicklung eigener Regionalmarken und -siegel (bspw. Typisch Harz, echt Altmark, handgemacht Saale-Unstrut) und Produkte (Beispiel: Regiokiste Mittelbe) ▪ teils Entwicklung nachhaltiger Urlaubsangebote (bspw. Tipps für einen nachhaltigen Urlaub im Harz, „echt Altmark“-Betriebe, ...) ■ Thema Nachhaltigkeit wird in der lokalen Ebene teils in das Marketing integriert (Selbsteinschätzung) ■ Förderung (finanzielle Mittel) zur Tourismusentwicklung in Sachsen-Anhalt mit langer Förderperiode (36 Monaten) ■ authentisches Marketing auf der lokalen Ebene und in den Regionen (Selbsteinschätzung) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Trennung des LTV als Dachverbands und Verantwortlicher in der Umsetzung der Leitlinie und dem Innen- und Außenmarketing (IMG) erfordert Zusammenarbeit, um Strukturen und Vermarktung nachhaltiger touristischer Produkte aufzubauen. Die Forcierung einer Nachhaltigkeitsinitiative des LTV muss sich in der Aufbereitung der Vermarktung (IMG) widerspiegeln. ■ Außenkommunikation: keine umfangreiche Kommunikation des Themas Nachhaltigkeit, nachhaltige Angebote & zertifizierter Betriebe auf den Websites der LTV-Mitglieder (Ausnahme Harz) und des Landes, die der Zielgruppenansprache gerecht wird. Die gewählten strategischen Leitzielgruppen, speziell aus den Quellgebieten der Städte¹⁷, schätzen die Kommunikation von Nachhaltigkeit auch als Reiseentscheidung oder Teil der Reiseentscheidung. ■ Kampagne „Echt schön“ – „echt grün“ ist kein dezidierter Beitrag zum Thema Nachhaltigkeit ■ Affinität der Leitzielgruppen für Thema Nachhaltigkeit wird nicht adressiert (Ausnahme Harz) ■ kein Nachhaltigkeitsbeirat mit touristischen Akteuren
Ökonomie	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Gute Darstellung des Tourismus als Existenzgrundlage und als attraktiver Arbeitsplatz auf der Webseite des Tourismusnetzwerks Sachsen-Anhalt und in der Binnenmarketingkampagne https://starkertourismus.de/ der IMG ■ Ankurbelung regionaler Wirtschaftskreisläufe <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bildung von Regionalmarken ▪ Bewerbung regionaler Händler 	<ul style="list-style-type: none"> ■ wenige LTV-Mitglieder bewerben auf ihren Websites den Tourismus als attraktiven Arbeitgeber¹⁸ ■ große Qualitätsunterschiede zwischen den Beherbergungsbetrieben der Regionen ■ laut Tourismusakzeptanzstudie wird insgesamt in Sachsen-Anhalt die Anzahl an Touristen durch 47 % der Einheimischen als „zu wenige“ eingestuft¹⁹

¹⁷ Vgl.: Deutsche wollen nachhaltig reisen – unter bestimmten Voraussetzungen (blog.google)

¹⁸ Vgl. Sicherung der Quantität und Qualität von Beschäftigung in: BTE (2016). DTV-Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus

¹⁹ TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT ZAHLEN - DATEN - FAKTEN 2022, Abbildung 3

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vermarktung regionaler Produkte/Angebote auf durch das Land geförderte Webseiten (z.B. https://www.geheimtipp-sachsen-anhalt.de/) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ressourcenmangel: Fachkräfte, Zeit, Kosten (Ergebnis des Workshops)
Ökologie	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Bewusstsein über den Ist-Stand der Ökosysteme in den Destinationen bei den Akteuren teils vorhanden (Selbsteinschätzung) ■ teils effizientere Nutzung der natürlichen Ressourcen durch die Akteure (Selbsteinschätzung) ■ Optimierung des Energieverbrauchs durch bewusste Entscheidungen bei Beschaffung und Investition auf lokaler Ebene (Selbsteinschätzung) ■ Einhaltung allgemeiner Standards/Ressourcenmanagement: Mülltrennung, Heizkosten usw. (Ergebnis des Workshops) ■ Natur- und Landschaftsschutzgebiete: Nationalpark Harz, Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe, Drömling & Karstlandschaft Südharz, mehrere Naturparks und Naturschutzgebiete ■ Klimaschutzprogramm für Sachsen-Anhalt von 2020 vorhanden ■ Umweltfreundliche Mobilität ist ein Leistungsbestandteil von Gästekarten oder Regio-Urlaubstickets. ■ Information über nachhaltige Mobilität: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jede Teilregion/Stadt verfügt über Informationen bezüglich der Anreise mit Bus und Bahn und das hiesige ÖPNV-Netz ▪ Zusammenarbeit mit lokalen/regionalen Verkehrsverbänden und Verkehrsträgern existiert ▪ Informationsvergabe über Broschüren, Fahrplanauskünfte, Apps 	<ul style="list-style-type: none"> ■ wenige Beispiele für die Umsetzung konkreter Maßnahmen zum Klimaschutz und Treibhausgasreduktion bei Tourismusorganisationen (Vorbild) ■ Optimierung des Energieverbrauchs durch bewusste Entscheidungen bei Beschaffung und Investition bei den LTV-Mitgliedern wird nicht erbracht (Selbsteinschätzung). ■ das Engagement, Gäste mit gezielten Angeboten für die umweltschonende Anreise zu motivieren ist auf lokaler, regionaler Ebene und der Landesebene zu gering. ■ von Seiten des Tourismus zu wenige eigenständige Programme zu mehr Umweltschutz im Tourismus (Ausnahme: Harz) ■ Mobilität im ländlichen Raum <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausbau des ÖPNV (gestaltet sich schwierig, ist aber notwendig) ▪ unregelmäßige Taktzeiten des Alltagsverkehrs

Soziales und Kultur

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ faire Arbeitsbedingungen am Arbeitsplatz, Vereinbarkeit von Beruf und Familie <ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeits- und Fachkräftestrategie für den Tourismus in Sachsen-Anhalt (DEHOGA) ■ Zertifizierung „Reisen für Alle“ flächendeckend und Kommunikation der barrierefreien Angebote bei einigen der touristischen Anbieter ■ Förderung der regionalen Identität, immateriellen Kulturerbes durch die Akteure in den Regionen ■ Akteure berücksichtigen nachhaltig regionale Angebotsgestaltung ■ teils Vorstellung regionaler Betriebe und deren Betreibern auf den Websites der Regionen ■ gute Tourismusakzeptanzwerte²⁰ (Tourismusakzeptanzstudie) | <ul style="list-style-type: none"> ■ kritischer Blick auf die sinkende Tourismusakzeptanz und wenig Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit bei den Einheimischen als ein Ergebnis des Workshops (Widerspruch zur Tourismusakzeptanzstudie lässt weitere Forschungsergebnisse notwendig erscheinen) ■ fehlendes Bewusstsein für die Bedeutung des Tourismus als Wirtschaftsfaktor in der Bevölkerung²¹ |
|--|--|

²⁰ Tourismusakzeptanzstudie Sachsen-Anhalt 2021

²¹ TOURISMUS IN SACHSEN-ANHALT ZAHLEN - DATEN - FAKTEN 2022

Zusammenfassung/Conclusio

- Das Thema Nachhaltigkeit findet bereits Beachtung in der touristischen Entwicklung auf allen touristischen Ebenen, die Implementierung als Leitlinie im Sinne des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 ist aber nicht umgesetzt.
- Im Masterplan wird die Leitlinie der nachhaltigen Entwicklung in den Leitprojekten nicht weiter definiert.
- Es gibt Regionen und Akteure, die Nachhaltigkeit bereits tief implementieren konnten und auch zertifiziert sind. Das verstärkte Heranführen aller touristischen Akteure an das Thema ist notwendig, um ein einheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit zu schaffen und eine nachhaltige Reisekette aufzubauen.
- Basierend auf der Selbsteinschätzung scheint das Wissen, um die Bedeutung von Nachhaltigkeit vorhanden zu sein. Auch was getan werden soll, scheint bekannt zu sein, aber es gibt Probleme bei der Umsetzung. Es fehlt eine Empfehlung zur Umsetzung.
- Aktuell ist kein ganzheitlicher und einheitlicher Ansatz im Aufbau von nachhaltigen Strukturen und Produkten und der Kommunikation sichtbar.
- Die Zusammenfassung nachhaltiger Angebotsbausteine in Reisketten ist nur in Ausnahmen erfolgt.
- Es gibt eine disperse Landschaft von unterschiedlichen Akteuren, die nicht wissen, wie sie mit dem Thema Nachhaltigkeit umgehen sollen, bzw. andere Prioritäten bedienen müssen und die durch finanzielle Ressourcen eingeschränkt sind.
- Aber: Bisher gibt es auch noch wenig Aktivismus bei der Umsetzung eigenständiger Nachhaltigkeitsaktivitäten bei den Akteuren (Selbsteinschätzung).
- Die Zahl der Zertifizierungen im Nachhaltigkeitsumfeld ist aktuell, mit Ausnahme der Region Harz, sehr gering, insbesondere Zertifizierungen von Destinationen (keines der Mitglieder des LTV wird seiner Vorbildrolle einer nachvollziehbaren Nachhaltigkeitsentwicklung (Zertifizierung) gerecht). Zertifizierungen für Nachhaltigkeit bieten die Möglichkeit, das Thema Nachhaltigkeit in allen 3 Dimensionen nachprüfbar zu vereinheitlichen und damit eine landesweite Qualität nachhaltiger Entwicklung im Land Sachsen-Anhalt zu gewährleisten bzw. aufzubauen. Dies ersetzt keine Zertifizierung von Teilaspekten (z.B. Regionalität, Schutzgebiete für Natur und Landschaft), die zwar wichtig und aner kennenswert sind, aber nicht die Ganzheitlichkeit des Ansatzes spiegeln. (vgl. Bedeutung nachhaltiger Entwicklung für den Tourismus in Kap. 2)
- Wichtig ist, dass möglichst viele touristische Akteure in eine nachhaltige Entwicklung eingebunden werden, unabhängig von personellen oder finanziellen Ressourcen. Jede Akteurin und jeder Akteur sollten die Möglichkeit haben, das Thema Nachhaltigkeit anzugehen und das umzusetzen, was im Rahmen der jeweiligen Möglichkeiten machbar ist.
- Bisher ist keine Operationalisierung der Nachhaltigkeitsleistungen außerhalb von Zertifizierungsverfahren verfügbar. Das Thema Nachhaltigkeit auf unterschiedlichen Stufen zu operationalisieren und für alle Akteure zu vereinfachen (unabhängig von der Vielzahl der möglichen Zertifizierungsverfahren), soll das Ziel der strategischen Umsetzung in einem Metasystem werden.

4 Analyse geeigneter Zertifizierungssysteme

Um Nachhaltigkeit im Tourismus nach innen zu evaluieren und nach außen transparent darzustellen, existieren bereits verschiedene Nachhaltigkeitssysteme, die auch weltweit Anwendung finden. Im Rahmen der Analyse ist eine Auflistung verschiedener Zertifizierungen mit einer Kurzbeschreibung, sowie der Zuordnung, für welche Ebene die Zertifizierung geeignet ist, entstanden. Es gibt Hinweise, welche der Dimensionen abgedeckt werden und auf die Gültigkeitsdauer der Zertifizierung.

Bei den Zertifizierungen sind sowohl privatwirtschaftliche Systeme als auch Zertifizierungen, die von Organisationen oder Vereinen vergeben werden. Einige der Zertifizierungsverfahren sind national ausgelegt und andere eher international.

Gutachterlich geben wir keine Empfehlung für das Land Sachsen-Anhalt bezüglich der Zertifizierungssysteme. Wir geben aber zu bedenken, dass das Audit vor Ort eine wichtige Rolle spielt und daher auch darauf geachtet werden sollte, dass ein Audit ohne großen Aufwand durch einen deutschsprachigen Partner durchgeführt werden kann.

Den meisten Zertifizierungssystemen ist ein Gebührensystem beigeordnet. Die Zertifizierungsgebühren setzen sich aus den Kosten des Zertifikats, des Audits und eventuell dafür notwendiger Dienstleistungen zusammen. Eine transparente Darstellung der Kosten ist aufgrund der unterschiedlichen Systeme nicht möglich und kann nur durch den konkreten Vergleich von Angeboten geklärt werden.

Die Übersicht der ausgewählten Zertifizierungssysteme für Destinationen und Betriebe mit Beschreibung und Bewertung (Positiv-Liste=Einschätzung der Zertifizierung) findet sich im Anhang. (vgl. Kap. 9.3, Anhang III: Zertifizierungssysteme für Betriebe)

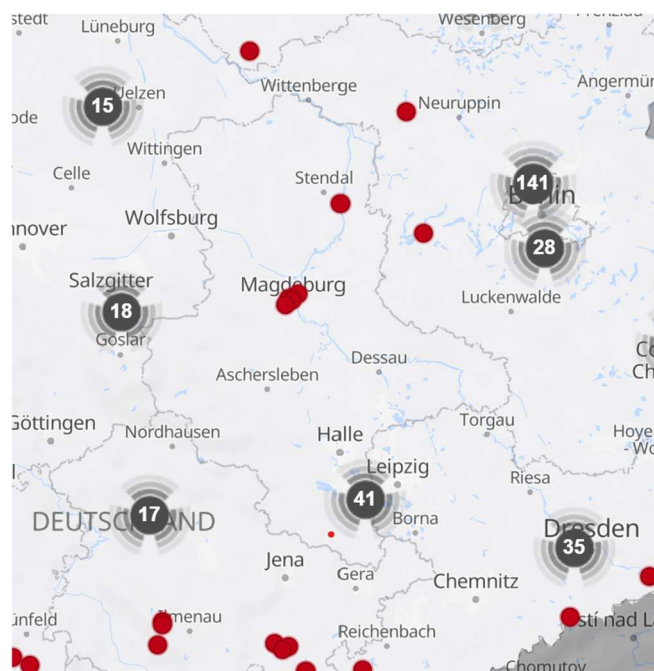
5 Nachhaltige Strategieentwicklung

Für den Tourismus im Land Sachsen-Anhalt ist die nachhaltige Tourismusedwicklung die Leitlinie in allen Handlungsfeldern, Nachhaltigkeit ist die Basis für die weitere Entwicklung der Leitmotive. Das Thema Nachhaltigkeit wird nicht in einer eigenen Produktlinie vermarktet, sondern aktuell als eine Querschnittsaufgabe gesehen. Nachhaltigkeit wird damit eher als Grundlage gesehen, die touristischen Themen des Landes und die touristischen Produkte zu stärken. Die Umsetzung ist dem LTV zugeordnet.

Spezifische Zertifizierungen im Bereich der Nachhaltigkeit des Tourismus sind aktuell im Land Sachsen-Anhalt nicht weit verbreitet²², was auch auf den Aufwand und die damit verbundenen Kosten einer Zertifizierung zurückzuführen ist.

Aufgrund der geringen Anzahl spezifisch Nachhaltigkeit-zertifizierter Betriebe und Destinationen ist der Aufbau von nachhaltigen Reiseketten oder Produktlinien aktuell mit der Ausnahme des Harzes nicht möglich. Die Abbildung 23 zeigt, mit der Ausnahme von Magdeburg, dem Harz und der Hansestadt Tangermünde, dass sich das aktuell das Land Sachsen-Anhalt mit beispielsweise sehr wenigen nachhaltigen Unterkunftsmöglichkeit präsentieren kann.

Abb. 21 Sachsen-Anhalt als weitgehend „weißer Fleck“ auf der Karte der nachhaltigen Übernachtungsmöglichkeiten



Quelle: „Finden Sie Übernachtungsmöglichkeiten, die Ansprüchen an Nachhaltigkeit gerecht werden“ auf der von der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. bereitgestellten Kampagnen Webseite Simply Feel Good – nachhaltige Reiseziele

²² Die DZT weist 36 nachhaltige Reiseziele in Deutschland aus, wobei vielfach regionale touristische Organisationen als Dach für die Gesamtregion die Umsetzung nachhaltigen Tourismus überwachen (z.B. Uckermark, Hainich, Sächsische Schweiz, Schwarzwald) in Sachsen-Anhalt gibt es hingegen nur eine örtliche Zertifizierung mit Wernigerode.

Um das Thema Nachhaltigkeit in der Komplexität der drei Dimensionen operativ in den Destinationen und den Betrieben umzusetzen, sind Zertifizierungsverfahren prinzipiell der richtige Weg und das Ziel. Eine Zertifizierung ermöglicht es, die eigene Leistung der Umsetzung nachhaltiger Entwicklung gegen ein Kriterien-Set zu prüfen, Defizite zu erkennen, Maßnahmen zu entwickeln und die Entwicklungen nachvollziehbar und nachprüfbar zu machen. Daher ist die Forderung des Masterplans, Zertifizierungen im Umfeld der touristischen Nachhaltigkeit umzusetzen, zu begrüßen.

Die Leitlinie der nachhaltigen Entwicklung im Tourismus erfordert in allen regionalen Leitprodukten und Produktentwicklungen, auf nachhaltige Angebote besondere Bedeutung zu legen. Es ist notwendig, in der Fläche die Angebotsvielfalt nachhaltiger touristischer Akteure aufzubauen, und zwar in einem kurz- und mittelfristigen Zeithorizont. Dieser zeitliche Druck ist den zwei Leitzielgruppen und Ihrer Affinität zu nachhaltigem Reisen, dem Wettbewerbsdruck und der Qualitätssicherung geschuldet.

Für das Land Sachsen-Anhalt ist der Aufbau von umfassenden Nachhaltigkeitszertifizierungen kritisch: Es dauert zum einen lange, bis die Zertifizierung erreicht wird, zum anderen darf bezweifelt werden, ob die umfangreiche Zertifizierung in der Fläche angenommen wird. Es bedarf eines abgestuften Konzepts, das einen schnellen Einstieg in der Fläche ermöglicht, die Einbindung schon bestehender Zertifizierungen, Siegeln, Mitgliedschaften und Klassifikationen im Bereich touristischer Nachhaltigkeit auch ohne umfassende Erfüllung aller Dimensionen und die Weiterentwicklung hin zu einer umfassenden Nachhaltigkeitszertifizierung vorgibt.

Mit einem 3-Stufenmodell der nachhaltigen touristischen Entwicklung kann sehr schnell, bedingt durch die einfache Herangehensweise, die flächendeckende und kurzfristige Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus und dem Ausbau der gesamten Reisekette mit Betrieben und Angeboten entwickelt werden. Die Stufen sind:

- Teilnahmeerklärung, Selbstverpflichtung und Planung von Nachhaltigkeits-Maßnahmen in Stufe 1,
- Anerkennung bestehender Zertifikate, Siegel und Mitgliedschaften in Stufe 2
- umfassende Zertifizierung touristischer Nachhaltigkeit in Stufe 3

Die Stufe 1 sollte ohne große Aufwände und Hindernisse allen die Teilnahme ermöglichen, die sich auf den Weg in Richtung einer nachhaltigeren Entwicklung machen möchten. Sie dient der Orientierung, der Information und der Einbindung in ein Netzwerk nachhaltiger Akteure. Durch Stufe 1 wird Flächen Deckung und kurzfristige Umsetzung erreicht.

Die Stufen 2 und 3 integrieren die Betriebe, die bereits eine grundlegende oder eine umfassende Nachhaltigkeitszertifizierung aufweisen. Damit können alle Betriebe mit Zertifizierungen, Siegel, Mitgliedschaften oder Qualitätsstandards mitgenommen und eingebunden werden.²³ Auch hier ist Flächen Abdeckung und sofortige Umsetzung das Ziel.

Die Stufe 3 zeigt die umfassende Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus in den Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales auf, ergänzt bei den touristischen Organisationen um das Thema Management.

²³ Siehe Anhang III

Für die Förderung von Zertifizierungen und die Teilnahme im 3-Stufen-Modell gemäß zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsoffensive Sachsen-Anhalt sollten folgende Anforderungen erfüllt werden:

- Verstärkte Kommunikation der Förderungen gemäß „Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Tourismusentwicklung“²⁴, um Projekte, die im „Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027“ festgelegten Ziele der Leitlinie Nachhaltigkeit erreichen, zu finanzieren,
- Aufbau von Best Practice-Beispielen der nachhaltigen touristischen Entwicklung in Sachsen-Anhalt und deren positiven Effekte,
- Motivation aller touristischen Akteure, das Thema Nachhaltigkeit als strategisches Ziel anzugehen, z.B. als Voraussetzung von Fördermaßnahmen und als Voraussetzung zur Teilnahme an der Produktentwicklung oder Marketing
- Sensibilisieren und Informieren durch den LTV mittels Informationen und Beratungsangeboten sowie Info-Rundbrief/-Newsletter, in denen auch die Regionen ihre Nachhaltigkeits-Themen einbauen können (ähnlich E-Learning-Tipp des Monats),
- Förderung des Austauschs unter den Akteurinnen und Akteuren, die sich der nachhaltigen touristischen Entwicklung gewidmet haben,
- Darstellung der Vorteile für nachhaltige touristische Entwicklung im Rahmen der Vermarktung des Landes durch priorisierte Darstellung in der Außenkommunikation.

Wir sehen aus der Stärken-/Chancen- und Schwächen-/Risiken-Analyse, dass die Angebotsentwicklung und die zertifizierte Umsetzung im Umfeld der Nachhaltigkeit, wie im Masterplan formuliert, nicht kurzfristig in Anzahl und Qualität dem Ansinnen des Masterplans entsprechen wird. Daher ist es notwendig, in einer umfänglichen Offensive von Seiten des LTV den Einstieg in die nachhaltige touristische Entwicklung zu starten und allen Teilnehmenden in Kommunikation, Weiterbildung und Maßnahmenumsetzung erste Schritte hin zu einer Zertifizierung und umfangreichen Nachhaltigkeitsleistungen und Angebotsbausteinen gehen zu lassen.

²⁴ Vgl. Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Tourismusentwicklung, RdErl. des MWL vom 9. Mai 2023 – 34-32332-15/4/9567/2023

Abb. 22 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Ziel	Möglichst alle touristischen Akteure in das Leitziel der nachhaltigen Entwicklung einbinden.	Bestehende Ansätze der nachhaltigen Entwicklung stärken und ausbauen und in einer starken Gemeinschaft mitnehmen.	Die vollständige Zertifizierung im Umfeld der Nachhaltigkeit wird gewürdigt und der Teilnehmer auch als Best Practice-Beispiel geführt.
Anforderung	Der Teilnehmer unterzeichnet eine Selbstverpflichtung zur nachhaltigen touristischen Entwicklung, erklärt seine Nachhaltigkeitsleistungen in einem Fragebogen als Selbsteinschätzung und stellt einen Maßnahmenkatalog zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistungen in den nächsten zwei Jahren auf. In Best Practice Beispielen wird Maßnahmen, Förderung und Umsetzung verdeutlicht.	Durch Siegel, Mitgliedschaften und Zertifizierungen unterschiedlicher Organisationen ²⁵ wird der Ansatz einer nachhaltigen (touristische) Entwicklung von außen zertifiziert. Der Teilnehmer verfügt über einen anerkannten und geprüften Nachweis in mindestens einer Nachhaltigkeitsdimension.	Der Betrieb verfügt über einen umfassenden, anerkannten Nachhaltigkeitsnachweis, der alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdeckt und regelmäßig extern überprüft wird. Diese Leistung wird in der Kommunikation mit anderen genutzt, um Zertifizierungsabsichten weiterer Teilnehmer zu generieren.
Das Besondere	Jede Maßnahme zur Verbesserung der Nachhaltigkeit wird honoriert, sofern das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit in einer Selbstverpflichtung erklärt wird. Die Teilnehmenden beteiligen sich aktiv an der Umsetzung der Leitlinie der nachhaltigen Tourismusedwicklung.	Die Vielfalt bestehender Zertifizierungsleistungen wie z.B. Biosphärengebietspartner, Reisen für Alle wird anerkannt. Die Teilnahme am Programm soll motivieren und dazu dienen, auch die vollumfängliche Nachhaltigkeits-Zertifizierung anzustreben	Die vollumfänglich nachhaltig zertifizierten Partner sind im Austausch mit den Teilnehmenden der Stufen 1 und 2 in der Region. Es wird die touristische Nachhaltigkeitsfamilie gefördert. Die Teilnehmer aus der 3.Stufe sind Motivation, umfängliche Zertifizierungen zu erreichen.

Quelle: BTE 2023

²⁵ Siehe Anhang III

5.1 Leitlinien des 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

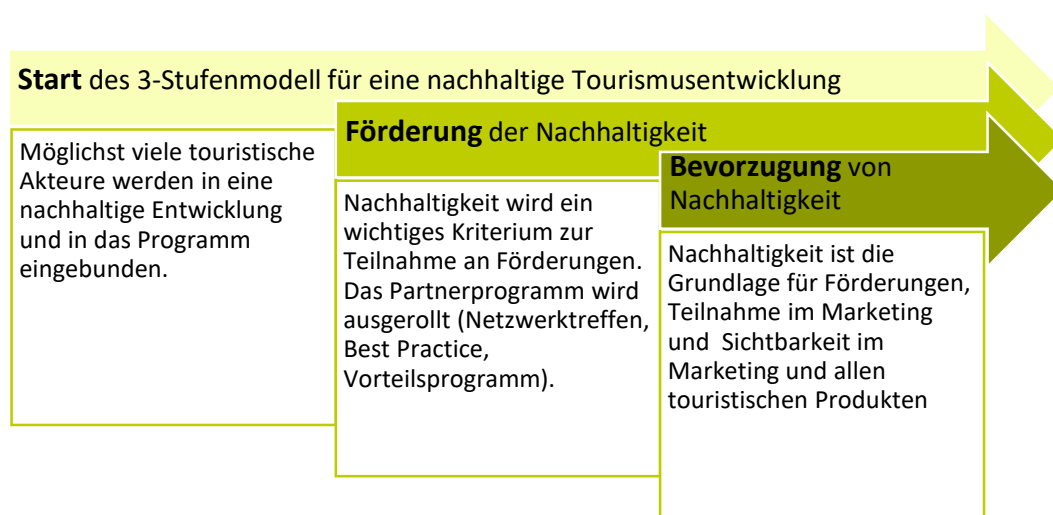
Das Engagement des Tourismus und aller Akteure soll mit dem 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung unterstützt und sichtbar werden sowie die touristischen Akteure in der umfassenden nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Land Sachsen-Anhalt von den ersten Schritten bis zur Erfüllung aller Dimensionen der Nachhaltigkeit führen.

Es wird keine neue Zertifizierung aufgebaut, sondern ausschließlich bestehende Zertifizierungen, Initiativen und Programme integriert und anerkannt, sofern sie gewisse Standards erfüllen.

Das 3-stufige Programm ist ein internes Qualifizierungsprogramm und dient erst im zweiten Schritt der Innen- und Außendarstellung. Dennoch ist die bevorzugte Aufnahme in das Marketing für Produkte, Themen und Kampagnen der Teilnehmenden ein zwingend notwendiger Benefit und eine große Teilnehmermotivation, die neben der Förderung in der Maßnahmenumsetzung ein wichtiger Faktor der Beteiligung ist.

Nach einer Startphase wird die Sichtbarkeit und der Marketingwert des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung fortlaufend erhöht. Zunächst durch die Sichtbarkeit und Berücksichtigung der Teilnehmenden durch priorisierte Darstellung, Darstellung als Best Practice oder anderweitiger erhöhten Sichtbarkeit, mittelfristig durch Bevorzugung nachhaltiger Betriebe und Teilnehmer im Programm in der Außenkommunikation und letztendlich durch die Umstellung der gesamten Kommunikation auf nachhaltigen Tourismus und die Teilnehmer im 3-Stufenmodell. Dies ist die Motivation aller touristischen Akteure zur Teilnahme.

Abb. 23 Auswirkung des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung



Quelle: BTE 2023

5.2 Zielsetzung

Dem Thema Nachhaltigkeit mangelt es aktuell an operativer Umsetzung im Tourismus, was das Oberziel des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung darstellt.

Weitere Ziele sind:

- die Einbindung der touristischen Leistungsträger im Bereich Nachhaltigkeit in eine umfängliche Kommunikation und Bündelung der Aktivitäten, Aufbau von Knowhow und Vernetzungsstrukturen sowie Programmweiterentwicklung in einem Beirat,
- die Unterstützung des Engagements der Leistungsträger in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung in Sachsen-Anhalt durch den LTV,
- Nachhaltigkeit kann an vielen Stellen der Reisekette Einzug halten, da das System offen ist (z.B. für weitere Dienstleister im Tourismus, Verkehrsträger)
- die Moderation der Heterogenität und des unterschiedlichen Umsetzungsniveaus im Umfeld nachhaltiger Entwicklung durch den LTV,
- die Vereinigung von Breitenwirkung und Glaubwürdigkeit in einem System,
- die Reduktion der Komplexität des Themas Nachhaltigkeit,
- die Stärkung aller bestehenden Siegel, Partnerprogramme und Zertifizierungen im Umfeld der nachhaltigen touristischen Entwicklung,
- die Berücksichtigung der positiven Entwicklungen durch Einzelmaßnahmen, ohne eigenes Zertifizierungssystem aufzubauen,
- die Unterstützung des Zielgruppenprozesses der Tourismusstrategie für die nachhaltigkeitsaffinen Leitzielgruppen,
- die Stuserhebung und Weiterentwickeln der touristischen Betriebe bezüglich Nachhaltigkeit,
- die Steigerung der Attraktivität des Tourismus auf dem Arbeitsmarkt als Bestandteil der Dimension Soziales,
- und die Positionierung des Landes Sachsen-Anhalt im nationalen und internationalen Reisemarkt als nachhaltige Destination.

5.3 Verbindung des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung mit dem touristischen Außenmarketing/Nachhaltigkeit im Tourismusmarketing von Sachsen-Anhalt

Sachsen-Anhalt fokussiert sich im freizeittouristischen Segment gemäß Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 auf drei zentrale Leitmotive, die die touristische Attraktivität der Region widerspiegeln.

- Faszinierend schöne Orte entdecken
- Aktiv sein in malerischer Kulisse

- Weltkultur und Geschichte an Originalschauplätzen erleben

Das geschäftstouristische Segment wird unter dem Motto „#moderntagen“ vermarktet, das moderne Tagungslösungen in einem inspirierenden Umfeld betont.

In allen diesen Leitmotiven ist die nachhaltige Entwicklung als übergreifende Leitlinie verankert. Eine eigenständige Vermarktung von Nachhaltigkeit im Sinne eines separaten Leitmotivs ist jedoch aktuell nicht vorgesehen, da Nachhaltigkeit nicht als primäre Motivlage, sondern als Querschnittsthema betrachtet wird. Dieses Prinzip soll sicherstellen, dass Nachhaltigkeit integrativ in sämtliche Marketingansätze und touristische Angebote gemäß des Motivansatzes einfließt.

Ein kurzfristiges Ziel der Strategie besteht daraus resultierend in der Integration bereits vorhandener nachhaltiger Angebote in das bestehende Motivmarketing.

Im Bereich der Digitalisierung können nach Zertifizierung nachhaltige Angebote gekennzeichnet und hervorgehoben werden. Dies ermöglicht perspektivisch z.B. der Reiseland-Kompass als Tool zur Besucherlenkung mittels Empfehlungsmarketing. Nutzende könnten in der Auswahl der Reiseinteressen dem Thema Nachhaltigkeit hier besondere Aufmerksamkeit als Auswahlfunktion der Interessen am Reise/-Ausflugsziel verschaffen.²⁶

Ein weiterer Anknüpfungspunkt zum Thema Nachhaltigkeit mit direktem Fokus auf die Betriebe ist der Tourismuspreis Sachsen-Anhalt. Der alle zwei Jahre stattfindende Wettbewerb bietet Betrieben und Dienstleistern die Möglichkeit, sich u.a. in der Kategorie Nachhaltigkeit, mit besonderen Leistungen zu bewerben. Die Veranstaltung dient dabei als Anreiz zur Steigerung des Angebotes und medialer Präsenz.²⁷

Weiterhin bestehen im Rahmen laufender Marketingmaßnahmen, von Print bis Digital, verschiedene Anknüpfungspunkte, die nachhaltige Angebote nach Abstimmung hervorheben und thematisch passend integrieren können.

Wir empfehlen, die Chancen der weitergehenden Vermarktung des Themas Nachhaltigkeit sorgfältig zu prüfen. Die bestehenden Strukturen und Ressourcen in Sachsen-Anhalt können für den Aufbau eines eigenständigen Marketings für nachhaltigen Tourismus angepasst und weiterentwickelt werden. Um die Wirkung nachhaltiger Tourismusmaßnahmen zu maximieren, erscheint die enge Zusammenarbeit mit den bewährten Programmen und Maßnahmen Dritter sinnvoll, wie z.B. der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT)²⁸. Dadurch könnten Synergien geschaffen und auch internationale Marketingaktivitäten gestärkt werden.

²⁶ Reiseland-Kompass: <https://echtschoensachsenanhalt.de/reiseland-kompass/#uuid=4bf89347-ecb2-49de-b8a4-b2d16c7d941a>

²⁷ Tourismuspreis Sachsen-Anhalt: <https://sachsen-anhalt-tourismus.de/tourismuspreis>

²⁸ Simply Feel Good in Deutschland: <https://www.germany.travel/de/feel-good/nachhaltigkeit.html>

6 Das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusentwicklung für Betriebe

Der Tourismus ist eine vielfältige Branche mit vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen. Insbesondere in der schwierigen Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit ist es wichtig, alle Betriebe zu aktivieren, mitzunehmen und zu unterstützen. Die Belastung der Betriebe ist aktuell hoch und die Verunsicherung durch vielfältige Krisen groß²⁹. Die Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung ist vielfach von den Akteurinnen und Akteuren erkannt; es fällt eher im Betriebsalltag schwer, die Umsetzung durch unternehmerisches Handeln zu erbringen. Daher ist die Einstiegshürde kleinzuhalten.

Für die betriebliche Ebene steht das Programm des LTV allen offen, die mit dem Tourismussektor verbunden sind: z. B. Beherbergungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, Verkehrsdienstleister oder Anbieter von touristischen Angeboten sowie kulturellen Einrichtungen. Ziel ist in erster Linie der Einstieg in die nachhaltige Entwicklung mit Beitrittserklärung und fortlaufende Weiterentwicklung der Betriebe bezüglich Nachhaltigkeitsleistungen.

Um Betrieben die Teilnahme in Stufe 1 zu ermöglichen, sind zwei Voraussetzungen zu erfüllen:

- Unterzeichnung einer Teilnahmeerklärung und Selbstverpflichtung
- Nachweis einer Zertifizierung oder eines Selbst-Checks.

Bei einer Registrierung mittels Selbst-Checks ist zudem ein Maßnahmenplan einzureichen, der die weiteren Anstrengungen zur Erreichung von Stufe 2 oder Stufe 3 fördert.

Die Teilnahme ist auf 2 Jahre zu befristen. Ein Verbleib in der Teilnahme ist von der Umsetzung der Maßnahmen (vgl. Kap. 5.4.3) abhängig. Zudem sind für eine Verlängerung neue Maßnahmen für den Zeitraum von 2 Jahren zu definieren. Eine Verlängerung der Stufe 1 kann begrenzt werden, z. B. auf den Zeitraum von 6 Jahren; dann ist eine Zertifizierung der Stufe 2 oder 3 vorzulegen.

²⁹ Vgl. Tourismustag Niedersachsen 2023 und Tourismuskonjunkturumfrage der norddeutschen IHK (Quelle: <https://www.ihk-nord.de/servicemarken/presse/mitteilungen/pm-konjunktur-tourismus-2024-6189160>)

Abb. 24 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Betrieben

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Anforderung	Der Betrieb bekennt sich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung. Er beschreibt Maßnahmen, die den Betrieb laufend in Richtung Nachhaltigkeit weiterentwickeln.	Der Betrieb bekennt sich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung. Er verfügt über einen anerkannten und geprüften Nachweis in mindestens einer Nachhaltigkeitsdimension.	Der Betrieb verfügt über einen umfassenden, anerkannten Nachhaltigkeitsnachweis, der alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdeckt und regelmäßig extern überprüft wird.
Wie wird die Stufe erreicht	Basis/niedrigschwellige Anforderungen mit Ansätzen im Umfeld der Nachhaltigkeit	Weitgehende Ansätze der nachhaltigen Entwicklung mit nicht vollständig erfüllten Kriterien in allen 3 Dimensionen	Zertifizierung der Nachhaltigkeit in einem anerkannten Siegel, das umfassende Nachhaltigkeit ausweist.

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Ziel	Möglichst alle touristischen Akteure in das Leitziel der nachhaltigen Entwicklung einbinden.	Bestehende Ansätze der nachhaltigen Entwicklung stärken und ausbauen.	Die Erreichung des Leitziels der nachhaltigen Entwicklung sichern.
Warum	Eine nachhaltige Entwicklung ist die Leitlinie des Tourismus, deshalb ist ein für alle zugängliches Nachhaltigkeitsprogramm von Bedeutung. Der Selbst-Check zeigt den individuellen Stand der nachhaltigen Entwicklung auf und macht die Defizite sichtbar. Durch die Maßnahmen wird das Erreichen der Stufen 2 und 3 vorbereitet.	Viele Initiativen, Siegel oder Zertifizierungen erbringen Teilleistungen in den 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit. Diese werden anerkannt und gleichzeitig wird auf eine umfangreiche Nachhaltigkeitsentwicklung in Stufe 3 hingewiesen.	Bereits zertifizierte Betriebe motivieren und die nachhaltige Unternehmensführung permanent weiterführen und weiterentwickeln.
Teilnehmende	Alle touristischen Akteure, Betriebe, Verkehrsunternehmen, Anbieter etc.	Alle touristischen Akteure, Betriebe, Verkehrsunternehmen, Anbieter etc., die bereits bestätigte Leistungen im Umfeld der nachhaltigen Entwicklung vorweisen können.	Alle touristischen Akteure, Betriebe, Verkehrsunternehmen, Anbieter etc., die in ihrer nachhaltigen Unternehmensführung zertifiziert sind.

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Kernpunkte	Kein Audit, nur Selbsteinschätzung. Ein Umsetzungsplan für kurz- und mittelfristige Maßnahmen muss erstellt werden. Die Umsetzung der Maßnahmen sichert den Verbleib. Ein niedrighschwelliges Audit übernimmt der LTV.	Audit der Leistungen im Umfeld der Nachhaltigkeit ist notwendig, dabei werden wichtige, aber nicht alle Kriterien der Nachhaltigkeit erreicht. Das Audit wird von den Siegeln und Partnermodellen übernommen. (vgl. Anhang III Zertifizierungssysteme Betriebe)	Umfassende Zertifizierung der Nachhaltigkeit durch Zertifizierungsgebende (vgl. Anhang III Zertifizierungssysteme Betriebe)
Das Besondere	Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit stärken den Tourismus und müssen nachgewiesen werden.	Bestehende Zertifizierungsleistungen werden anerkannt und motivieren die vollumfängliche Zertifizierung der Nachhaltigkeit zu erreichen.	Die Fortführung und die Entwicklung der bestehenden Leistungen werden gefördert.

Quelle: BTE, 2023

6.1 Zertifizierung

Jeder Betrieb, der eine Zertifizierung im Umfeld nachhaltiger Entwicklung hat, kann diese Zertifizierung im 3-Stufen-Modell einreichen. Die bestehende Zertifizierung wird den jeweiligen Stufen zugeordnet. Die Zuordnung der Zertifizierung zu den Stufen 2 und 3 ist im Kap 9.3 „Anhang III: Zertifizierungssysteme für Betriebe“ zu finden.

Die Teilnahme in der Stufe 1 wird von der zentralen Stelle des LTV organisiert und bestätigt. Für die Stufe 1 ist ein Selbst-Check, eine Registrierung mit Unterzeichnung der Selbstverpflichtungserklärung erforderlich und ein Maßnahmenplan ausreichend.

Die Aufnahme wird dann per Teilnahmezertifikat des LTV an den Teilnehmer bestätigt.

6.2 Selbst-Check für Stufe 1

Für die Teilnahme in Stufe 1 müssen Fragen in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit beantwortet werden. Der Selbst-Check wird elektronisch, zentral erhoben, hierfür wird eine Webanwendung vonseiten des LTV bereitgestellt. Für das Ausfüllen des Selbst-Checks empfehlen wir mindestens 12 Fragen. Diese können dann mit einer oder zwei Selbsteinschätzungen beantwortet werden. Nach dem Ausfüllen der Fragen erhält die teilnehmende Person eine Auswertung ihrer Nachhaltigkeitsleistungen. Sobald mehr als 20 Selbst-Checks eingegangen sind, sollte zudem der Durchschnitt der Ergebnisse den

eigenen Angaben gegenübergestellt werden, um eine Einordnung der individuell erreichten Werte aufzuzeigen und die Motivation zu stärken.

Der eingegangene Selbst-Check wird auf Plausibilität von Seiten des LTV geprüft. Es ist zu diskutieren, ob ein Mindestdurchschnittswert für die Teilnahme an dem Programm erreicht werden muss. Wichtig ist bei dem Selbst-Check, den Eingang der Selbstverpflichtungserklärung und der Maßnahmenplanung zu prüfen.

Folgende Fragematrix des Selbst-Checks ist denkbar:

Abb. 25 Selbst-Check Anforderungen und Statements zur ER

Dimension	Thema	Anforderung	Einschätzung
Ökologie/ Unsere Umwelt	Natur & Landschaft	1. Der Erhalt der Landschaft ist die Basis für einen attraktiven Tourismus. Wir respektieren sensible Naturräume und Schutzgebiete und fördern die Biodiversität auch auf unseren betrieblichen Flächen. Wir unterstützen die Möglichkeiten der Besucherlenkung.	a. Wir nutzen die einzigartigen Qualitäten unserer Natur, Landschaft und Baukultur bei der Gestaltung attraktiver Angebote sowie für eine wirksame Kommunikation.
			b. Wir sichern landschaftliche und baukulturelle Qualitäten und minimieren bei Infrastrukturprojekten sowie bei angebotenen Aktivitäten Beeinträchtigungen der Landschaft sowie der Baukultur, konzentrieren uns auf wenig sensible Flächen und fördern die Biodiversität.
	Wasser, Luft & Boden	2. Wir erhöhen laufend die Ressourceneffizienz, insbesondere beim Einsatz natürlicher Ressourcen wie Wasser, Luft und Boden.	a. Wir erhöhen die Ressourceneffizienz und minimieren durch bewusste Investitions- und Beschaffungsentscheide in allen Bereichen (z. B. Verbrauchsmittel, Produktion, Bauten etc.) den Verbrauch sowie Belastungen von natürlichen Ressourcen (wie Wasser, Luft, Boden, Rohstoffe).
			b. Wir achten auf einen möglichst geringen Verbrauch natürlicher Ressourcen wie Wasser oder Boden durch einen bewussten Umgang bei der alltäglichen Leistungserbringung und verringern störende Lärmemissionen.
Energie & Klima	3. Wir optimieren den Energieverbrauch durch bewusste Beschaffungs- und Investitionsentscheidungen, fördern erneuerbare Energieträger und reduzieren klimaschädliche Emissionen.	a. Wir minimieren laufend den Energieverbrauch durch Energiesparmaßnahmen, insbesondere durch bewusste Investitions- und Beschaffungsentscheide in allen Bereichen (z. B. Bauten, Transportmittel, Produktionsanlagen und -verfahren etc.).	
		b. Wir erhöhen den Anteil an erneuerbaren Energieträgern am gesamten Energieverbrauch und investieren in die klimaschonende Optimierung von Gebäuden, Heizung, Energieproduktionsanlagen, Fahrzeugen und Geräten.	
Mobilität	4. Wir unterstützen attraktive, multimodale und umweltschonende Mobilitätsangebote zum Nutzen unserer Gäste und zur Reduktion von Umweltbelastungen.	a. Wir engagieren uns für nutzerfreundliche Verbundangebote unterschiedlicher Verkehrsträger und optimieren die Verknüpfung unserer Angebote mit dem öffentlichen Verkehr oder anderen umweltschonenden Mobilitätsformen.	

			b. Wir nutzen, wenn immer möglich den öffentlichen Verkehr oder umweltschonende Individualverkehrsmittel. Für unsere Gäste setzen wir Anreize zu einer umweltschonenden Mobilität und bewirtschaften die Parkplätze entsprechend.
	Abfall	5. Wir minimieren den Abfall durch Vermeidung, Reduktion, Recycling und getrennte Entsorgung.	<p>a. Wir minimieren den Abfall durch gezielte Vermeidungs- und Reduktionsmaßnahmen insbesondere in den Bereichen Lebensmittelverschwendung, Plastik-, Papier- und Materialverbrauch und vermeiden den Einsatz umweltschädlicher Stoffe.</p> <p>b. Wir recyceln den Abfall systematisch und in allen sinnvollen Bereichen und entsorgen Restabfall getrennt und fachgerecht.</p>
Soziales/ Gesellschaftliches Engagement	Bevölkerung & Kultur	6. Wir helfen mit, die regionale Identität sowie regionale Kreisläufe zu stärken. Wir beziehen die lokale Bevölkerung in unsere Vorhaben ein, fördern die regionale Kultur und ermöglichen den Austausch zwischen den Gästen und der Bevölkerung.	a. Wir achten beim Einkauf auf Regionalität, Saisonalität sowie kurze Wege und setzen in allen Bereichen des Betriebs auf regionale und umweltschonende Materialien, Produkte und Dienstleistungen.
			b. Wir berücksichtigen die Anliegen der lokalen Bevölkerung, pflegen das kulturelle Erbe, achten auf Authentizität und fördern die regionale Kultur.
	Spezifische Gästebedürfnisse	7. Wir gehen auf spezifische Gästebedürfnisse ein, berücksichtigen insbesondere Familienfreundlichkeit, Barrierefreiheit oder Lebensmittelunverträglichkeiten und ergänzen laufend unsere Angebote.	a. Wir suchen den aktiven Austausch mit den unterschiedlichen Gästegruppen, ergründen ihre spezifischen Anliegen und pflegen einen regelmäßigen Dialog.
			b. Wir setzen uns für barrierefreies Reisen ein, unterstützen unsere Gäste mit spezifischen Bedürfnissen wie Familienfreundlichkeit oder bei Lebensmittelunverträglichkeiten und sorgen für transparente Informationen.
Arbeitsbedingungen & Chancengleichheit	8. Wir bieten faire Arbeitsbedingungen, optimieren den Beschäftigungsgrad der Mitarbeitenden, fördern sowohl die Partizipation als auch die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden, achten auf Chancengleichheit sowie Work-Life-Balance und tragen zur sozialen und interkulturellen Integration bei.	a. Wir bieten unseren Mitarbeitenden faire Arbeitsbedingungen, optimieren den Beschäftigungsgrad der Mitarbeitenden, bilden sie weiter und achten auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.	
		b. Wir setzen Chancengleichheit konsequent um, fördern das Engagement unserer Mitarbeitenden und tragen zur sozialen und interkulturellen Integration bei.	
Gästeinformation &	9. Wir lassen unsere Gäste Nachhaltigkeit erleben, informieren sie über unsere diesbezüglichen Bestrebungen,	a. Wir gestalten nachhaltige regionale Angebote, die für unsere Gäste attraktiv sind, legen unser Engagement für eine nachhaltige Entwicklung offen und	

	Gastfreundschaft	animieren sie zu einem rücksichtsvollen Verhalten und überraschen sie mit unserer zuvorkommenden Gastfreundschaft.	informieren sie über unsere Fortschritte und Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit. b. Wir kultivieren unsere Gastfreundschaft, pflegen die Servicequalität in allen Dimensionen, betreiben ein aktives Feedbackmanagement und erheben regelmäßig die Gästezufriedenheit.
Ökonomie/ Wirtschaftlichkeit	Marktbearbeitung	10. Wir berücksichtigen in der Marktbearbeitung die ökologischen Auswirkungen der Anreise, stärken die Nahmärkte und streben einen ausgewogenen Gäste-Mix an.	a. Wir minimieren das Risiko bezüglich volatiler Gästegruppen und Märkte durch einen ausgewogenen Gäste-Mix.
			b. Wir berücksichtigen in der Marktbearbeitung die ökologischen Auswirkungen der Anreise, bearbeiten verstärkt die Nahmärkte und begrenzen gegebenenfalls den Anteil der Fernmärkte.
	Arbeitsplätze & Kooperationen	11. Wir setzen uns aktiv für die Weiterentwicklung des Tourismus als wichtige Existenzgrundlage ein, bieten attraktive Arbeitsplätze, halten gesetzliche und tarifliche Arbeitsregelungen ein, verhalten uns kooperativ und pflegen faire Partnerschaften.	a. Wir sind stets bestrebt, den Tourismus als Existenzgrundlage zu erhalten, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein und erachten die Vorgaben des Gesamtarbeitsvertrags als Minimalansprüche unserer Mitarbeitenden.
			b. Wir kennen die Interessen unserer wichtigsten Kooperationspartner und Anspruchsgruppen, verhalten uns kooperativ und pflegen einen offenen Dialog.
	Innovationen & Rentabilität	12. Wir fördern nachhaltige Innovationen, erarbeiten eine genügende Rentabilität und berücksichtigen bei Investitionen die wirtschaftliche Tragfähigkeit sowie die Umwelt- und Sozialverträglichkeit.	a. Wir fördern innovative Ideen, beziehen unsere Mitarbeitenden in die nachhaltige Weiterentwicklung unserer Angebote ein und setzen Verbesserungsmaßnahmen zielstrebig um.
			b. Wir überprüfen periodisch sowohl die Liquidität als auch die Rentabilität und berücksichtigen bei neuen Investitionen stets sowohl die wirtschaftliche Tragbarkeit als auch die Umwelt- und Sozialverträglichkeit.

Quelle: BTE 2023 in Anlehnung an Swisstainable

6.3 Selbstverpflichtungserklärung

Mit dem Selbstcheck ist eine Selbstverpflichtungserklärung abzugeben. In dieser verpflichtet sich der Unterzeichnende, die Verantwortung des Betriebs, bzw. der Organisation für eine nachhaltige Entwicklung zu übernehmen. Er bestätigt die Umsetzung der 12 Anforderungen (siehe Selbst Check) mit seiner Unterschrift.

1. Der Erhalt der Landschaft ist die Basis für einen attraktiven Tourismus. Wir respektieren sensible Naturräume und Schutzgebiete und fördern die Biodiversität auch auf unseren betrieblichen Flächen. Wir unterstützen die Möglichkeiten der Besucherlenkung auf touristische Projekte.
2. Wir erhöhen laufend die Ressourceneffizienz, insbesondere beim Einsatz natürlicher Ressourcen wie Wasser, Luft und Boden.
3. Wir optimieren den Energieverbrauch durch bewusste Beschaffungs- und Investitionsentscheidungen, fördern erneuerbare Energieträger und reduzieren klimaschädliche Emissionen.
4. Wir unterstützen attraktive, multimodale und umweltschonende Mobilitätsangebote zum Nutzen unserer Gäste und zur Reduktion von Umweltbelastungen.
5. Wir minimieren den Abfall durch Vermeidung, Reduktion, Recycling und getrennte Entsorgung.
6. Wir helfen mit, die regionale Identität sowie regionale Kreisläufe zu stärken. Wir beziehen die lokale Bevölkerung in unsere Vorhaben ein, fördern die regionale Kultur und ermöglichen den Austausch zwischen den Gästen und der Bevölkerung.
7. Wir gehen auf spezifische Gästebedürfnisse ein, berücksichtigen insbesondere Familienfreundlichkeit, Barrierefreiheit oder Lebensmittelunverträglichkeiten und ergänzen laufend unsere Angebote.
8. Wir bieten faire Arbeitsbedingungen, optimieren den Beschäftigungsgrad der Mitarbeitenden, fördern sowohl die Partizipation als auch die Weiterbildung unserer Mitarbeitenden, achten auf Chancengleichheit sowie Work-Life-Balance und tragen zur sozialen und interkulturellen Integration bei.
9. Wir lassen unsere Gäste Nachhaltigkeit erleben, informieren sie über unsere diesbezüglichen Bestrebungen, animieren sie zu einem rücksichtsvollen Verhalten und überraschen sie mit unserer zukommenden Gastfreundschaft.
10. Wir berücksichtigen in der Marktbearbeitung die ökologischen Auswirkungen der Anreise, stärken die Nahmärkte und streben einen ausgewogenen Gäste-Mix an.
11. Wir setzen uns aktiv für die Weiterentwicklung des Tourismus als wichtige Existenzgrundlage ein, bieten attraktive Arbeitsplätze, halten Gesamtarbeitsverträge ein, verhalten uns kooperativ und pflegen faire Partnerschaften.
12. Wir fördern nachhaltige Innovationen, erarbeiten eine genügende Rentabilität und berücksichtigen bei Investitionen die wirtschaftliche Tragfähigkeit sowie die Umwelt- und Sozialverträglichkeit.

6.4 Maßnahmenplanung

Für die Stufe 1 wird zu dem Selbst-Check ein Maßnahmenplan der weiteren betrieblichen Entwicklung für mehr Nachhaltigkeit von den Betrieben eingefordert. Der Maßnahmenplan wird nach 2 Jahren in der Erfüllung vom LTV geprüft. Hierzu ist kein kompliziertes Verfahren notwendig, die Bestätigung der Umsetzung der Maßnahmen z.B. anhand von Bildern oder Protokollen ist vollständig ausreichend. Die Erfüllung ermöglicht die weitere Teilnahme. Somit sind alle 2 Jahre eine weitere Maßnahmenplanung die Grundlage der weiteren Teilnahme. Durch die kontinuierliche Maßnahmenumsetzung wird eine nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in Sachsen-Anhalt erreicht.

Der Maßnahmenplan beschreibt die Maßnahmen, benennt die für die Umsetzung verantwortliche Person und setzt einen Zeitpunkt der Fertigstellung.

Um niedrigschwellige Maßnahmen (Green-Washing) zu verhindern, sollte für die Maßnahmen eine Positiv-Liste oder beispielhafte Maßnahmen aufgezeigt werden. Der Maßnahmenplan ist in jedem Fall zu prüfen und für die Aufnahme in das Programm auch als ausreichend zu bewerten. Eine Ablehnung zur Aufnahme in das 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung ist möglich und sollte auch in der Kommunikation dargestellt sein.

Um die Betriebe nicht zu überfordern, ist die Zahl der Maßnahmen kleinzuhalten. Empfohlen wird die Beschreibung und Umsetzung von zwei Maßnahmen in den zwei Jahren einer Teilnahmeperiode.

Das Konzept der Nachhaltigkeit in den Dimensionen (Ökonomie, Ökologie und Soziales) erfordert auch die Umsetzung von Maßnahmen in allen drei Dimensionen. Es ist sicherzustellen, dass nach dem zweijährigen Umsetzungszeitraum eine Maßnahme, in der noch nicht abgedeckten Dimension in die Umsetzung einfließt.

Massnahmenplanung

Notieren Sie 2 Nachhaltigkeitsmassnahmen, welche in Ihrem Betrieb in den kommenden 24 Monaten umgesetzt werden sollen. Bitte wählen Sie die Maßnahmen im Sinne der Nachhaltigkeit je eine aus den Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie. Bei der Verlängerung der Teilnahme decken Sie dann mit einer der Maßnahmen die noch fehlende Nachhaltigkeitsdimension auf

Betrieb: _____
 Startdatum der Massnahmen: _____
 Enddatum (spätestens 2 Jahre nach Start): _____

Massnahmen	In welcher Dimension der Nachhaltigkeit (Ökologie, Soziales, Ökonomie) und in welchem Themenbereich ist die Maßnahme wirksam	Verantwortliche Person	Zu erledigen bis	Status
1. Massnahme				
2. Massnahme				
3. Massnahme				

Abb. 26 Mögliches Schema der Maßnahmenbeschreibung

Quelle: BTE 2023

7 Das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung für Destinationen und touristische Organisationen

In dem 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung sollen die Destinationen und touristischen Organisationen auf der Regions- und Ortsebene konkrete Instrumente erhalten, um eine ganzheitliche nachhaltige Entwicklung innerhalb ihrer Destination gezielt vorantreiben können.

Entscheidend ist die Aktivierung von den touristischen Akteuren, hierfür sind die Destinationen und ihre touristischen Organisationen im Sinne des Masterplans 2027 verantwortlich. Die Rolle als Wissens- und Servicestellen für die Tourismuswirtschaft in der Transformation zu einer nachhaltigen touristischen Entwicklung ist nicht groß genug einzuschätzen.

Es ist die Rolle des Entwicklers und des Moderators einzunehmen, Kommunikationsmaßnahmen für die nachhaltige touristische Entwicklung in der räumlichen Zuständigkeit und die ausreichende personelle Abdeckung der Aufgaben sind dabei elementar. Ziel ist es auch hier, eine Teilnahme aller touristischen Akteure über einen niedrighwelligen Einstieg zu erreichen und im Weiteren durch Maßnahmenumsetzung die Transformation einzuleiten und letztendlich eine Messbarkeit und Monitorfähigkeit mittels Zertifizierung zu erreichen.

Wie beim betrieblichen Programm sind auch für Destinationen drei Stufen möglich, um das Niveau des Engagements und des Umsetzungserfolgs aufzuzeigen. Es nimmt, neben den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, auch die Organisationsstruktur und die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in der touristischen Organisation Einfluss auf Teilnahme. Grundlage ist, dass die Teilnehmenden das Thema der nachhaltigen Entwicklung auch personell stärken und für die Betreuung des Programms eine Koordinationsstelle für Nachhaltigkeit bereitstellen können. Daneben muss in der Destinationsstrategie das Thema Nachhaltigkeit eingebettet werden, um auch den Anforderungen des Masterplans gerecht zu werden. In dieser Strategie muss ein konkreter Maßnahmenplan für die Kommunikation und eine Zielvorgabe der teilnehmenden Betriebe und auf regionaler Ebene, Zielvorgabe der teilnehmenden lokalen touristischen Organisationen festgelegt sein.

Um die Destinationen zu unterstützen und den Prozess der Zertifizierung gemäß Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027³⁰ zu steuern, sind Materialien und Hilfestellungen des LTV für die regionale und örtliche Ebene notwendig. Hierzu sollen

- Handreichungen zum Umgang mit Fördermitteln nach der aktuellen Tourismusförderung des Landes und Best Practice Darstellung von durch das Wirtschaftsministerium unterstützte Tourismusakteure in Sachsen-Anhalt und ihren Projekten
- Best Practice Beispiele der erfolgreichen Zertifizierung in Stufe 3 mit unterschiedlichen Zertifizierungspartnern für Betriebe und die Destinationen sowie der örtlichen Ebene
- Argumentationshilfen für die Teilnahme am 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

entwickelt werden.

³⁰ Siehe hierzu: Fortschreibung des Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027, Langfassung, S. 36

Abb. 27 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung für Destinationen und touristische Organisationen auf der Regions- und Ortsebene

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Anforderung	Die Destination bekennt sich zur nachhaltigen Tourismusedwicklung. Sie beschreibt Maßnahmen, wie die Nachhaltigkeit in der Organisation und in der Region/dem Ort entwickelt wird.	Die Destination bekennt sich zur nachhaltigen Tourismusedwicklung. Sie lässt die Maßnahmenumsetzung der nachhaltigen Entwicklung in der Organisation und in der Region/dem Ort extern prüfen.	Die Destination ist durch ein Zertifikat als nachhaltige Destination ausgewiesen.
Wie wird die Stufe erreicht	Niedrigschwellige Anforderung mit personellem und organisatorischem Einsatz für nachhaltigen Tourismus.	Weitgehende Ansätze der nachhaltigen Entwicklung und einer externen Prüfung der Maßnahmenumsetzung.	Zertifizierung der Nachhaltigkeit in allen 3 Dimensionen.
Ziel	Möglichst viele touristische Organisationen auf allen Ebenen gewinnen, die Kommunikation der nachhaltigen touristischen Entwicklung fördern und Umsetzungsschritte ermöglichen.	Eine tiefe Verankerung der nachhaltigen touristischen Entwicklung erreichen und durch externe Prüfung die Qualität sichern.	Zertifizierungen sichern die Umsetzung und die Weiterführung des Leitziels der nachhaltigen Entwicklung umfänglich.



	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Warum	Nachhaltige Entwicklung ist Leitlinie des Tourismus; die regionalen und lokalen touristischen Organisationen müssen in die Kommunikation und die Umsetzung eingebunden werden, auch wenn nicht alle Ziele der touristischen Nachhaltigkeit erreicht werden. Der Selbst-Check zeigt den individuellen Stand der nachhaltigen Entwicklung auf und macht die Defizite sichtbar. Durch die Maßnahmen wird das Erreichen der Stufen 2 und 3 vorbereitet.	Regionaler und lokaler Tourismus kann aus unterschiedlichen Gründen die Zertifizierung nicht erreichen oder ist im Zertifizierungsprozess. Es findet Austausch mit Experten statt, die eine Umsetzung begleiten. Das Level 2 ist damit ein Zwischenschritt zur Zertifizierung.	Zertifizierte Regionen dienen als Best Practice für andere Regionen und können wichtige Impulse geben.
Teilnehmer	Touristische Organisationen auf allen Ebenen, aber auch Schutzgebiete mit touristischen Programmen.	Touristische Organisationen auf allen Ebenen, aber auch Schutzgebiete mit touristischen Programmen, die bereits bestätigte Leistungen im Umfeld der nachhaltigen Entwicklung vorweisen können.	Touristische Organisationen auf allen Ebenen, aber auch Schutzgebiete mit touristischen Programmen, die in ihrer nachhaltigen Unternehmensführung und als nachhaltiges Reiseziel zertifiziert sind.

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Kernpunkt	Kein Audit, nur Selbsteinschätzung. Eine personelle Besetzung im Themenfeld der Nachhaltigkeit ist notwendig. Die Verankerung der Nachhaltigkeit in der Strategie ist Pflicht; der Umsetzungsplan für kurz- und mittelfristige Maßnahmen unterstützt die Kommunikation der nachhaltigen Entwicklung. Die Umsetzung der Maßnahmen sichert den Verbleib.	Audit der Leistungen im Umfeld der Nachhaltigkeit ist notwendig, dabei werden wichtige aber nicht alle Kriterien der Nachhaltigkeit erreicht.	Umfassende Zertifizierung der Nachhaltigkeit
Das Besondere	Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit stärken den Tourismus und müssen nachgewiesen werden.	Bestehende Zertifizierungsleistungen werden anerkannt und motivieren die vollumfängliche Zertifizierung der Nachhaltigkeit zu erreichen.	Die Fortführung und die Entwicklung der bestehenden Leistungen werden gefördert.

Quelle: BTE, 2023

Anforderungen an das 3-Stufenmodell für Destinationen lässt sich wie folgt zusammenstellen. Wichtig ist, dass die Destinationen die Management-Aufgaben der nachhaltigen touristischen Entwicklung leisten müssen. Daher ist die Stelle einer Ansprechpartnerin oder eines Ansprechpartners so wichtig und unverzichtbar.

Abb. 28 Anforderungen an das 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung für Destinationen

	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
Beschluss zur Teilnahme und Unterzeichnung der Selbstverpflichtung			
Ansprechpartner für das Thema Nachhaltigkeit			
Selbstauskunft der Nachhaltigkeitsleistungen und Strategieentwicklung			
Maßnahmenplan mit Maßnahmen in allen Dimensionen			
Monitoring der Nachhaltigkeitsleistungen (extern)			
Zertifizierung			

Quelle: BTE, 2023

7.1 Zertifizierung

Für Destinationen und touristische Organisationen sind nur eine begrenzte Zahl von Zertifizierungen sinnvoll. Wir empfehlen, dass nicht die touristische Organisation zertifiziert wird, sondern die Region oder die räumliche Zuständigkeit insgesamt in ihrer gesamthaften touristischen Nachhaltigkeit.

Gutachterlich sind folgende Zertifizierungen für Destinationen aktuell umsetzbar und auch gesichert zertifizierbar:

- TourCert - Nachhaltiges Reiseziel
- Green Destination

Weitere Zertifizierungsmöglichkeiten sind Biosphere Responsible Tourism, ISO 14001, Biosphere Tourism und Earth Check, die auch im internationalen Tourismus gebräuchlich sind, aber aktuell keine Zertifizierungsmöglichkeit im deutschsprachigen Umfeld besteht.

Die Gemeinwohlökonomie als Zertifizierungsoption ist sehr stark mit dem Thema Nachhaltigkeit verwoben, aber stärker als ethisches Wirtschaftsmodell und soziales Handlungsmodell zu sehen. Eine Gemeinwohlzertifizierung ist entweder auf die Gemeinde oder die Organisation bezogen, wodurch sich der Anspruch der Umsetzung nachhaltiger Reiseketten nicht vollständig umsetzen lässt.

Jede Region und jede touristische Organisation, die eine Zertifizierung im Umfeld nachhaltiger Entwicklung umgesetzt hat, kann diese Zertifizierung einreichen und damit bei den Destinationen in der Stufe 2 oder 3 eingehen. Die Zuordnung der Zertifizierung zu den Stufen 2 und 3 ist im Kap. 9.4 Anhang IV: Bewertung der Zertifizierungssysteme nach Stufen zu finden.

7.2 Selbst-Check

Der Entwurf für den Selbst-Check wurde für die Bestandsanalyse entworfen und enthält 20 Fragen³¹. Wir empfehlen die Ergänzung der Frage nach einem Ansprechpartner mit Namen und Funktion. Die Prüfung des Selbst-Checks auf Plausibilität sollte ebenfalls durchgeführt werden, was sich auch in den Ergebnissen im Kap. 2.2 widerspiegelt. Bei größeren Abweichungen sollten die Abweichungen mit den Regionen besprochen werden und eine Änderung der Selbsteinschätzung erfolgen.

7.3 Maßnahmenplanung

Für die Maßnahmen stehen für die Destinationen und Organisationen die 4 Dimensionen Management, Ökologie, Soziales und Ökonomie zur Verfügung. Um ihrer Vorbildfunktion gerecht zu werden, müssen die Destinationen und Orte in den Maßnahmenplan in allen 4 Dimensionen Maßnahmen ergreifen und dies nach 2 Jahren in der Ausführung berichten. Danach kann für weitere 2 Jahre das nächste Maßnahmenprogramm eingebracht werden. Auch bei den Destinationen sollte der Verbleib in der Stufe 1 auf 6-8 Jahre begrenzt sein. Ziel ist es, durch Maßnahmen eine weiterführende Zertifizierung zu erreichen.

³¹ Vgl. Kap. 9.1 Anhang I: Abkürzungsverzeichnis der Befragung

8 Finanzierung des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Für die Finanzierung sollten beim LTV als Organisationsstelle

- Entwicklungskosten im Bereich IT und Erweiterung des Tourismusnetzwerks „www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de“ mit Darstellung des 3-Stufenmodells, Selbstchecks und Mitgliedermeldung
- Personalkosten und
- Marketingkosten für die Kommunikation und Gewinnung von Teilnehmenden

eingepplant werden.

Wir empfehlen eine Finanzierung durch das Land Sachsen-Anhalt unter der Federführung LTV zur Umsetzung des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027. Nachhaltige Tourismusedwicklung unterstützt klassischerweise die Tourismusakteure in Sachsen-Anhalt und unterstützt beim Aufbau von wettbewerbsfähigen Organisations- und Angebotsstrukturen.

Wir empfehlen weiterhin, Teilnahmegebühren für Betriebe der Stufe 1 zu erheben, da hier die Prüfung des Selbst-Checks und die Maßnahmenprüfung auch den Aufwand erhöhen. Zudem sind diese Aufnahmegebühren zur Absicherung der Ernsthaftigkeit empfehlenswert. Bei Partnern der Stufe 2 und 3 können die Aufnahmegebühren entweder reduziert werden oder sogar entfallen. Die Aufnahmegebühren sollen aber eher symbolischer Natur sein. Wir würden eine Gebühr der Erstaufnahme von 100,- € und bei Wiederholung nach zwei Jahren von 75,- € empfehlen. Die Einnahmen führen nicht zur Kostendeckung. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass die Zahlung auch eine Hürde darstellen kann und es eine Option ist, die Teilnahmegebühren nicht einzuführen.

Eine finanzielle Belastung der Regionen und Mitglieder sollte ausgeschlossen sein.

Abb. 29 Grobe Abschätzung Kosten auf Ebene des Landestourismusverbandes

3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung - Programmkosten	Jahr 2024	Jahr 2025	Jahr 2026
Entwicklung und Pflege eines elektronischen Selbst-Check-Verfahrens im Rahmen des Tourismusnetzwerks Sachsen-Anhalt	30.000,00 €	10.000,00 €	5.000,00 €
Prozesse zur Datenablage und Datenmanagement	20.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Datenschutz und Datensicherheit	5.000,00 €	1.000,00 €	1.000,00 €
Personal für die Betreuung und Weiterentwicklung des Programms	0 €	75.000,00 €	75.000,00 €
Netzwerkkosten, Kosten für Veranstaltungen (4 Veranstaltungen pro Jahr)	28.000,00 €	28.000,00 €	35.000,00 €
Reisekosten, Spesen etc.	2.000,00 €	2.000,00 €	2.500,00 €
Materialkosten	2.000,00 €	2.000,00 €	2.000,00 €
Kosten für das Binnenmarketing	5.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Einnahmen aus Teilnahmebeiträgen	-10.000,00 €	-10.000,00 €	-10.000,00 €
Gesamt	82.000,00 €	118.000,00 €	120.500,00 €

Quelle: BTE 2023

8.1 Weitere Fördermöglichkeiten

Für nachhaltige Entwicklung gibt es auf vielen Ebenen Fördermöglichkeiten und Fördertöpfe für unterschiedliche Betriebsgrößen, die sich aus den Bereichen Energieeffizienz und Energieversorgung, Gebäudesanierung und Beratungsleistungen zusammensetzen. Die Bundesförderung für Energieberatung für Nichtwohngebäude, Anlagen und Systeme bietet dabei den Einstieg in Maßnahmen und Umsetzung.³²

Aber auch das Programm LIFT Transformation - Leistungssteigerung & Innovationsförderung im Tourismus soll insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Bereich des nachhaltigen Tourismus in ihrer Leistungsfähigkeit und Wettbewerbsfähigkeit sowohl kurz- als auch mittelfristig stärken³³.

³² Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2023): Förderwegweiser Energieeffizienz.

³³ Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes (2023b): Tourismusförderung.

Oftmals ist die Antragsstellung und der damit verbundene bürokratische Aufwand für die Beherbergungsbetriebe und touristischen Betriebe nicht zu leisten. Eine der Kommunikationsnotwendigkeiten im Rahmen des 3-Stufenmodells ist es, die entsprechenden Fördermöglichkeiten praxisnah aufzubereiten und mit Best Practice Beispielen zu illustrieren. Dazu sind den touristischen Akteuren die notwendigen Informationen mit den lokalen Energieberatungen z. B. der Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt oder den Energieeffizienzberatern möglichst ohne Hürden aufzubereiten.

Die im Tourismusnetzwerks auf der Webseite www.tourismusnetzwerk-sachsen-anhalt.de angelegte Themenseite für nachhaltigen Tourismus hat eine Vielzahl von Informationen und Hintergründen. Für die Betriebsebene sind kurze Informationszusammenstellungen mit Handlungsanweisungen für die Fördermittelgewinnung der gern gesehene Inhalt. Hier sollte im Rahmen der Umsetzung von Seiten des LTV dran gearbeitet werden.

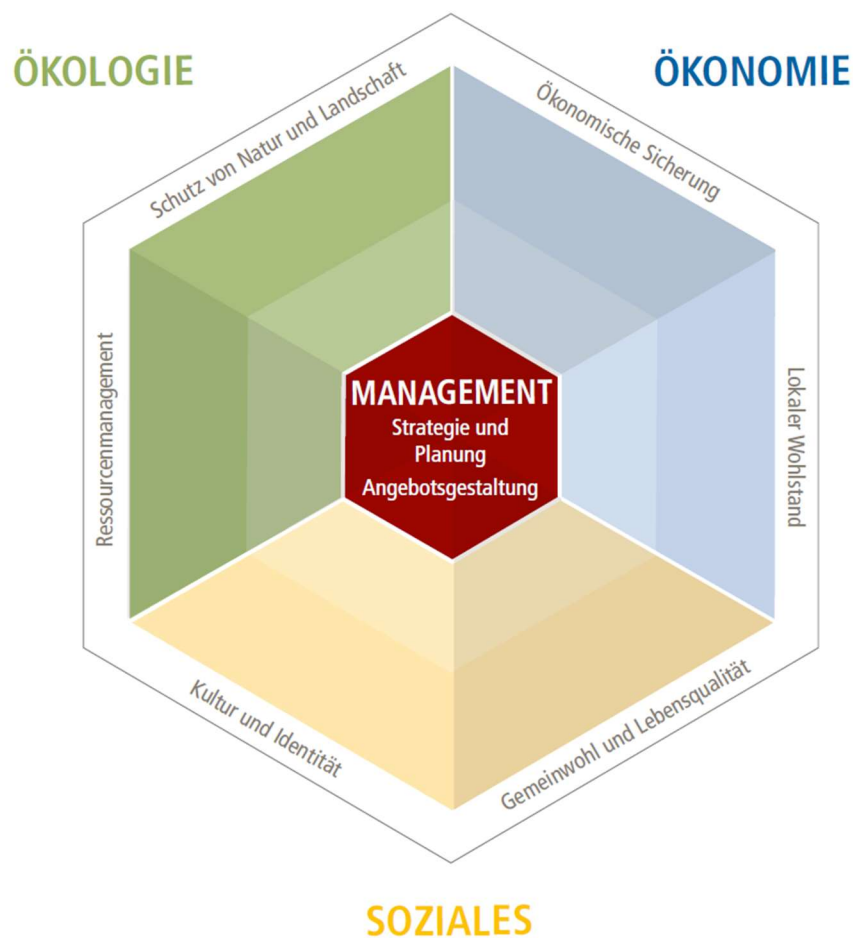
9 Entwicklungs- und Meilensteinplan 2027

Für den Erfolg einer nachhaltigen touristischen Entwicklung in Sachsen-Anhalt ist es wichtig, nachhaltige touristische Entwicklung als langfristige und permanente Aufgabe zu sehen. Es gilt, die Transformation als Ganzes in Entwicklungsziele und Meilensteine im Kontext der Strategie zu übersetzen. Diese Übersetzung erfolgt im folgenden Maßnahmenplan mit Schlüsselmaßnahmen. Im Rahmen dieser strategischen Maßnahmen sind dann weitere Einzelmaßnahmen aus dem Maßnahmenpool zu sehen. Diese unterstützen die Umsetzung der Schlüsselmaßnahme, stehen aber primär nicht für sich allein.

Handlungsfelder und Schwerpunktthemen

Um die Operabilität zu wahren, werden Handlungsfelder und Schwerpunktthemen im touristischen Kontext gesehen. Eine Anlehnung der Umsetzung z. B. entlang der 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) erscheint abstrakter und schlechter umzusetzen. Für die Prüfung der Maßnahmenumsetzung dient als Leitbild der Nachhaltigkeitsdiamant des Praxisleitfadens Nachhaltigkeit im Deutschland Tourismus. Die Maßnahmen sind nach den Dimensionen und den Handlungsfeldern eingeordnet.

Abb. 30 Dimensionen und Handlungsfelder der nachhaltigen touristischen Entwicklung



Quelle: BTE und DTV: Praxisleitfadens Nachhaltigkeit im Deutschland Tourismus

Maßnahmen

Für die einzelnen Maßnahmen sind jeweils

- eine kurze Beschreibung der Maßnahme eingefügt,
- eine Priorität für die Umsetzung festgelegt: hoch, mittel; bei Maßnahmen mit hoher Priorität wurden ergänzend Schlüsselmaßnahmen identifiziert, diese sind mit einem * gekennzeichnet.
- ein Zeitrahmen genannt, in dem die Maßnahme möglichst umgesetzt werden sollte: kurzfristig (bis zwei Jahre), mittelfristig (drei bis vier Jahre), fortlaufend,
- eine Verantwortlichkeit benannt, wer die Umsetzung koordinierend übernimmt und bedarfsorientiert weitere Partner*innen einbindet und
- ggf. weitergehende Anmerkungen ergänzt.

9.1. Schlüsselmaßnahmen

Schlüsselmaßnahmen sind Maßnahmen von herausragender Bedeutung für den Tourismus in Sachsen-Anhalt. Sie tragen in besonderem Maße zur Zielerreichung und Umsetzung der Strategie bei und treiben die Entwicklung maßgeblich voran.

„Echt Nachhaltig“; 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung	
1	<p>Einführung eines Programms in drei Stufen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung in Sachsen-Anhalt. Ziel des Programms ist es möglichst viele Akteure niedrigschwellig anzusprechen, als Teilnehmer zu gewinnen und in eine nachhaltige Entwicklung zu führen. Damit soll langfristig eine zertifizierbare und objektiv prüfbare Entwicklung des Tourismus erreicht werden.</p> <p>Die Schritte zur Umsetzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Ausformulierung des Programms mit allen Mitgliedern des LTV ■ Einbindung und Unterstützung des Ministeriums sichern ■ Regionale Maßnahmenwerkstätten in den Regionen, um das Programm vorzustellen und die Maßnahmen zur Einführung abzusprechen ■ Aufbau des Programms und eines Binnenmarketingplans ■ Definition der Vorteile einer Teilnahme am Programm ■ Aufbau des Selbst-Checks auf Webseite des Tourismusnetzwerks ■ Aufbau von beispielhaften Maßnahmen, den Finanzierungs- und Umsetzungsoptionen und der Wirkungsweise z. B. schon in Best-Practice-Vorstellungen aus Sachsen-Anhalt ■ Deklaration der Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit und Veröffentlichung ■ Start des Programms mit großer Sichtbarkeit ■ Akquise der Teilnehmer ■ Onboarding der Teilnehmer ■ Anpassung der Förderlandschaft dezidiert auf Kriterien der Nachhaltigkeit ■ Start der Bevorzugung der Teilnehmer im 3-Stufenmodell in Produktentwicklung, Marketing und Förderung ■ Optional: Umsetzung als eigene Kampagne „Echt nachhaltig“ zur Verbesserung der Zielgruppenansprache ■ Produkthafte Umsetzung in den Leitprojekten und weiteren Produkten des touristischen Angebots in Sachsen-Anhalt.
Priorität:	Hoch
Zeitraumen:	Kurzfristig und kontinuierlich
Koordination:	LTV
Partner:	Alle touristischen Akteure und für den Tourismus Leistung erbringende Unternehmen und Organisationen in Sachsen-Anhalt
Anmerkung:	Das Programm ist der Kernpunkt der Strategie und erfordert höchste Aufmerksamkeit auch von den Entscheidern auf allen Ebenen. Die Einführung des Programms ist somit auch vom Ministerium zu begleiten. Den Start des Programms sollte eine Aufgabe des Ministerpräsidenten und des Ministers sein, da es für viele Jahre die touristische Entwicklung in Sachsen-Anhalt prägen wird.

Gründung eines landesweiten Nachhaltigkeitsbeirats

2

Neben einem gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnis ist auch eine Bildung eines **Nachhaltigkeitsbeirates** wichtig, um die Kontinuität in der Bearbeitung sicherzustellen.

- Das Nachhaltigkeitsthema soll durch die Bildung eines landesweiten Gremiums etabliert werden. Es empfiehlt sich, ein Tourismusgremium bzw. eine Arbeitsgruppe aus Vertretern wichtiger Interessensgruppen zu installieren, um die landesweiten Nachhaltigkeitsmaßnahmen in regelmäßigen Sitzungen (bspw. zweimal im Jahr) gemeinsam zu diskutieren.
- **Ziele der Gründung des Beirates** ist es, eine stärkere Vernetzung und eine abgestimmte Aufgabenteilung der relevanten Akteursgruppen in Sachsen-Anhalt (u. a. touristischen Anbieter, sowie unterstützende Personen/Organisationen im Rahmen der Gemeinde- und Regionalentwicklung, Land- und Forstwirtschaft, des Natur- und Landschaftsschutzes, der Kulturpflege und des Einzelhandels), gerade auch im Hinblick auf begrenzte Einflussbereiche des Tourismusverbandes in bestimmten Themenfeldern.

Auswahlkriterien für die Gewinnung von Mitgliedern

- Vertreter dieses Beirates sollten aus allen Teilen des Bundeslandes vertreten sein und die Nachhaltigkeitsdimensionen repräsentieren
- Beispielhafte Auswahl: Vertreter der Mitglieder des Tourismusvereins, Vertreter von Lokal-/Regionalvereinen, interessierte Tourismusakteure, Entscheidungsträger aus Tourismus beeinflussenden Branchen (wie bspw. Mobilität), Vertreter anderer Arbeitsgruppen

Arbeitsweise des Nachhaltigkeitsbeirats

- Beratung des LTVs bei der Umsetzung, Evaluierung und Weiterentwicklung der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie
- Sensibilisierung & Information zu den Nachhaltigkeitszielen (regelmäßig) von Regionen, Städten, Gemeinden, Fachämtern
- Einbeziehung der Verwaltungen/weiterer entscheidender Akteure je nach Thema
- Regelmäßige Ermittlung der Handlungsbedarfe
- Initiierung von Förderanträgen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen
- Regelmäßige Evaluierung des Stands der Zertifizierungsprozesse
- Bestellung von Arbeitsgruppen zur vertiefenden thematischen Arbeit

Aufgaben/Umsetzungsschritte des Nachhaltigkeitsbeirats

- Erstellung der Deklaration und Selbstverpflichtung für Teilnehmer des 3-Stufenmodell für eine nachhaltige Tourismusedwicklung
- Evaluierung von Maßnahmenempfehlungen für Teilnehmer des 3-Stufenmodells
- Konkretisierung von Kriterien im 3-Stufenmodell
- Förderung des Nachhaltigkeitsverständnisses nach innen und außen (Innen- und Außenmarketing)
- Förderung der Vernetzung touristischer Akteure sowie Partnern im Umfeld
- Etablierung von erweiterten Austauschformaten mit Politik und Gesellschaft

Kommunikationsstruktur des Nachhaltigkeitsbeirats

- Festlegung der Kommunikationsrollen innerhalb des Beirats (wer trägt Informationen an wen wie weiter)
- Festlegung der Kommunikationsart nach Außen

Priorität:	hoch
Zeitraumen:	kurzfristig, kontinuierlich
Koordination:	LTV, Nachhaltigkeitsbeauftragte
Partner:	Mitglieder des LTVs, Ministerien, IMG, Wirtschaftsförderung, Landkreise, Kommunen, IHK, Naturschutz (Großschutzgebiete), LWS, Forst, Leistungsträger, Vertreter von Verkehrsverbänden

9.2 Maßnahmenpool

9.2.1 Maßnahmen im Bereich Management

Das Handlungsfeld Management ist der Grundstein für alle weiteren Aktivitäten. Hier werden wichtige Instrumentarien eingeführt, die es der Destination Sachsen-Anhalt ermöglichen, langfristig im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu denken und einen strategischen Nachhaltigkeitsprozess aufzubauen. Sie geben Tourismusakteuren den Rahmen, der Handlungsspielräume und Verantwortungsgebiete definiert und die Richtung perspektivisch vorgibt. Diese Weichenstellungen sind notwendig, um die Legitimation nach außen und innen sicherzustellen, aber auch, um die Prioritäten für die nächsten Jahre so setzen zu können, dass die Idee eines nachhaltigen Tourismus weiter ausgebaut werden kann (vgl. Deutscher Tourismusverband (2016), S. 12).

Ergänzung/Erstellung der Nachhaltigkeitsaspekte in der touristischen Strategie

3	Ziel: Für die Destination gibt es ein Tourismusedwicklungskonzept (z. B. Tourismusstrategie, Destinationsstrategie, Tourismusleitbild), in das die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit integriert sind und in dem Chancen und Risiken des Tourismus dargestellt werden. Die Strategie wird von der DMO anhand messbarer Ziele regelmäßig überprüft.
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	kurzfristig
Koordination:	regionale Tourismusverbände und Mitglieder des LTV
Partner:	Destinationen und touristische Akteure

Die Regionen und Mitglieder des LTV motivieren touristische Anbieter zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsaktivitäten und Teilnahme am 3-Stufenmodell.

4	Ziel: Nachhaltigkeitsaktivitäten von Leistungsträgern werden von der DMO aktiv unterstützt und die Akteure aktiv als Teilnehmer im 3-Stufenmodell gewonnen.
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	kurzfristig
Koordination:	regionale Tourismusverbände und Mitglieder des LTV
Partner:	Touristische Akteure

Die Destinationen und touristischen Organisationen fühlen sich verantwortlich für Kommunikation und Motivation von Förderungen und Unterstützungsstellen zur Maßnahmenumsetzung.

5	Ziel: Um den Maßnahmenplan des 3-Stufenmodells wirksam zu machen, sind Förderungen zur Maßnahmenumsetzung entscheidend. Die Maßnahmendurchführung bei Leistungsträgern wird von der DMO durch Hilfestellung, Know-how oder Hinweisen zur Finanzierung unterstützt.
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	kurzfristig
Koordination:	regionale Tourismusverbände und Mitglieder des LTV
Partner:	Touristische Akteure

Heranführen der Akteure an das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus durch Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses

6	<p>Angesichts des allumfassenden Anspruchs der Nachhaltigkeit, besteht die Gefahr, dass der Begriff seine Trennschärfe verliert bzw. zweckentfremdet wird. Gerade auf der lokalen und regionalen touristischen Ebene ist es wichtig, dass auf die Region zugeschnittene Inhalte formuliert und für jeden Akteur leicht verständlich aufbereitet werden. Die Aspekte müssen zudem von den wichtigen Interessensgruppen des Tourismus in Sachsen-Anhalt mitgetragen werden.</p> <p>Umsetzungsschritte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Erarbeitung einer verständlichen Definition von Nachhaltigkeit auf Basis der Leitlinien des Masterplans Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konkrete Beschreibung der Kernaspekte von Nachhaltigkeit, die in der täglichen Tourismusarbeit Anwendung finden sollen ▪ Formulierung klarer Handlungsansätze, die als Grundverständnis für alle Akteure gelten <ul style="list-style-type: none"> → Klärung der Zuständigkeit des Nachhaltigkeitsbeirats ■ Abstimmung des Nachhaltigkeitsverständnisses mit relevanten Akteursgruppen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Berücksichtigung von Akteuren, die noch nicht mit dem Thema vertraut sind ▪ Beachtung von bestehenden Initiativen mit teils eigenen Formulierungen oder Leitsätzen zum nachhaltigen Handeln ■ Verbreitung des Nachhaltigkeitsverständnisses nach Innen und Außen <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einsetzen der erarbeiteten Grundsätze eines nachhaltigen Tourismus im Innen- und Außenmarketing ▪ Nach innen: bekennen und verpflichten der Tourismusakteure zu den Leitlinien → Zertifizierung (vgl. Schlüsselmaßnahme 1) ▪ Nach außen: Kommunikation der Grundsätze an die Gäste
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	kurzfristig
Koordination:	LTV
Partner:	Touristische Akteure, Verkehrsverbände, Wirtschaftsförderung,

	Landkreise, Kommunen, IHK, Naturschutz
Anmerkung:	vgl. Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027 & Tourismus Netzwerk Sachsen-Anhalt: Nachhaltiger Tourismus

Bereitstellung von Beratungsangeboten zu Zertifizierungen und einer nachhaltigen Ausrichtung an Tourismusakteure

7	<ul style="list-style-type: none"> Integration von Informationen zu Zertifizierungen (Möglichkeiten, Anbietern etc.) in den Kurs Nachhaltigkeit auf der E-Learning Plattform des Tourismusnetzwerks Sachsen-Anhalt
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	kurzfristig
Koordination:	LTV
Partner:	Destinationen und touristische Akteure

Stärkere Vernetzung der touristischen Partner

8	<p>Ziel: Partnernetzwerk mit Fokus auf eine gemeinsame nachhaltige Entwicklung ins Leben rufen</p> <ul style="list-style-type: none"> Austauschformate für Leistungsträger etablieren: Im Themenfeld Nachhaltigkeit ist ein reger Austausch zu Umsetzungsmöglichkeiten stets angebracht. Vereinzelt tauschen sich Betriebe bereits in deren Netzwerken, diese können genutzt werden, um in einem der Treffen die Umsetzung nachhaltiger touristischer Entwicklung zu thematisieren. Auf Landesebene wäre die Bildung eines digitalen/analogen Nachhaltigkeitstisches o. Ä. denkbar, bei dem interessierte Akteure regelmäßig zusammenkommen und sich – unter Federführung des LTVs – untereinander zu den Projekten und Ideen austauschen. Gute Beispiele verbreiten: Der LTV kann bereits bestehende gute Beispiele sammeln und an interessierte Akteure verbreiten. Diese könnten ggf. anhand des Newsletters oder anderen Formaten regelmäßig kommuniziert werden.
Priorität:	Hoch
Zeitraumen:	kurzfristig
Koordination:	LTV
Partner:	Destinationen und touristische Akteure

Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit im Marketing

9	<p>Ziel: mit dem Zielgruppenfokus auf nachhaltigkeitsaffine Gäste kann Nachhaltigkeit und damit verwandte Themen stärker in das Marketing aufgenommen werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Beratung der Mitglieder in der Kommunikation von Themen im Umfeld der touristischen Nachhaltigkeit. gute Beispiele verbreiten: Der LTV kann bereits bestehende gute Beispiele sammeln und an interessierte Akteure verbreiten. Diese könnten ggf. anhand des Newsletters oder anderen Formaten regelmäßig kommuniziert werden. Marketingkampagnen zur Sichtbarmachung der nachhaltigen touristischen Entwicklung in den nachhaltigkeitsaffinen Leitzielgruppen
Priorität:	Hoch
Zeitraumen:	kurzfristig

Koordination:	LTV und IMG
Partner:	Destinationen und touristische Akteure

9.2.2 Maßnahmen im Bereich Ökonomie

Eine lebendige Tourismuswirtschaft in der Destination ist von erfolgreichen Tourismusbetrieben abhängig. Sie müssen sich am Markt, im Wettbewerb und an der Nachfrage ausrichten. Der LTV muss die aktuellen touristischen Marktbedingungen und Trends im Blick behalten und sie mit der Qualität des vorhandenen Angebots abgleichen. Er kann zudem die Tourismusbetriebe durch Information, Koordination und Qualifizierung dabei unterstützen, vorausschauende und zeitgemäße unternehmerische Entscheidungen zu treffen. In Bezug auf eine nachhaltige Entwicklung sollten als wichtige Grundsätze stets die Erhöhung der regionalen Wertschöpfung und die Sicherung des wirtschaftlichen Wohlergehens der Bevölkerung vor Ort durch den Tourismus im Vordergrund stehen.

Qualifizierung/Sensibilisierung Tourismusakteure	
10	<p>Im Hinblick auf das komplexe Thema Nachhaltigkeit können Veranstaltungen und Qualifizierungsmaßnahmen sehr hilfreich sein. Schließlich bilden das unternehmensrelevante Wissen und die unternehmerischen Fähigkeiten der Tourismusakteure die Basis für eine überzeugende Positionierung als nachhaltige Destination. Umsetzungen dazu sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Qualifizierungsmaßnahmen kommunizieren: Qualifizierungsprogramme und Weiterbildungen können vom LTV organisiert, in das E Learning Programm aufgenommen werden oder auch als externe Qualifizierungsprogramme genutzt werden (z.B.: IHK, DEHOGA). ■ Auch zum Thema nachhaltiger Tourismus sollte die DMO-Weiterbildungen befördern. Es empfiehlt sich, bei der Planung und Verbreitung von Qualifizierungsmaßnahmen mit den regionalen Unternehmensverbänden und Handelskammern sowie mit ansässigen Weiterbildungseinrichtungen zusammenzuarbeiten und ein gemeinsames Programm für Tourismusanbieter zu entwickeln. ■ Schulungen für DMO-Mitarbeitende von Seiten des LTV anbieten: Für die Mitarbeitenden der DMO sollte ein regelmäßiges Angebot von Weiterbildungen/Schulungen bereitstehen, auch zu Nachhaltigkeitsthemen. Die Bedarfe können in einem Schulungsplan festgehalten und die wichtigsten Lerninhalte der durchgeführten Schulungen können an die gesamte Belegschaft übermittelt werden. Zudem empfiehlt sich ein jährliches Monitoring der wahrgenommenen Weiterbildungen.
Priorität:	mittel
Zeitraumen:	kontinuierlich
Koordination:	LTV
Partner:	Regionale/städtische Anbieter, Gemeinden/Ämter/Landkreise/Wirtschaftsförderung

Sicherung der Wirtschaftlichkeit	
11	<p>Das Thema Nachhaltigkeit beschleunigt die Qualitätsverbesserung im Angebot der Betriebe. Es kann ein besseres Angebot erstellt werden und hilft in der Positionierung des Betriebs und seiner wirtschaftlichen Existenz.</p> <p>Hierzu sind Maßnahmen durch Fördermittelleitfäden, Best Practice Darstellungen, Informationsmaterialien zu unterstützen. Insbesondere Maßnahmen, wie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verbesserung des energetischen Gebäudestandards, ■ Energieeinsparungen, ■ Umstellung auf regionale Produkte zur Positionierung, ■ Zielgruppenansprache nachhaltiger und wirtschaftlich stärkerer Gästeklientel können zur Sicherung der Wirtschaftlichkeit beitragen und sind in den Fokus der Kommunikation zu nehmen.
Priorität:	mittel
Zeitraumen:	kontinuierlich
Koordination:	LTV, IMG, Ministerium
Partner:	regionale Tourismusverbände Betriebe, Gemeinden/Ämter/Landkreise/Wirtschaftsförderung

9.2.3 Maßnahmen im Bereich Ökologie

Natur und Landschaft sind ursprüngliche Angebotselemente des Tourismus, die als Schlüsselfaktoren für touristische Aktivitäten gelten. Es liegt somit schon im eigenen Interesse der touristischen Akteure, die natürliche Attraktivität der Destination zu erhalten, um die eigene Geschäftsgrundlage zu sichern. Auch wenn durch eine touristische Nutzung fast immer ökologische Belastungserscheinungen und ein gewisser Ressourcenverbrauch auftreten, können diese dank kluger Tourismusplanung, einem abgestimmten Besuchermanagement sowie durch Umweltmanagementmethoden in den Betrieben kontrollierbar bleiben.

Mobilität ist eine wichtige Voraussetzung, um am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen, gleichzeitig ist der mit konventionellen Antriebstechnologien motorisierte Personen- und Güterverkehr ein Hauptverursacher von Luftverschmutzung, Lärm und Flächenverbrauch. Die Aufenthaltsqualität für Besuche und Einwohnende wird deutlich verringert. Die Mobilität der Zukunft soll unkompliziert und klimafreundlich werden. Dazu zählen alternative Antriebe, eine intelligente Vernetzung unterschiedlicher Verkehrsmittel oder auch das Car- und Bikesharing sowie Mobilitätsstationen, die das Umsteigen zwischen unterschiedlichen Verkehrsmitteln erleichtern sollen.

Ausbau des ÖPNV im ländlichen Raum

- 12** Mit dem Ausbau des ÖPNV in den ländlichen Gebieten Sachsen-Anhalts wird die nachhaltige, umweltschonende Anreise für Gäste gewährleistet. Bei Individualreisen wird überwiegend der Pkw genutzt.
- Bessere Sichtbarmachung der Erreichbarkeit Sachsen-Anhalts, der Ziele innerhalb sowie von Points of Interests im Bundesland mit dem ÖPNV und die kommunikative Stärkung von ÖPNV-Angeboten zur verkehrlichen Entlastung. Hierzu ist auf das Masterplanleitprojekt L 2.3 verwiesen.
- Beispielhafte Ideen mit direkter Einflussnahme des Tourismus sind:
- Entwicklung und Sichtbarmachung (offline/online) touristischer Routen unter Einbindung der Sehenswürdigkeiten: touristentaugliche Fuß- und Radwege
 - Touristische Vermarktung von ÖPNV-Linien: Erarbeitung eines interaktiven, nutzerfreundlichen touristischen/freizeitorientierten Liniennetzplans, Verknüpfung touristischer Hinweise in Netzplänen
 - Ermittlung und Aufzeigen der Erreichbarkeit der touristischen Ziele innerhalb der Destination (Entfernung zu ÖPNV-Haltestellen, zeitliche Erreichbarkeit, Umsteigebedarfe von zentralen Punkten z. B. HBF in Halle, Magdeburg, Dessau-Roßlau; Park&Ride; Nahverkehrssystem etc.)
 - Erarbeitung von Zielvorgaben zur Erreichbarkeit innerhalb der Destination

Priorität:	hoch
Zeitraumen:	Mittelfristig
Koordination:	Land Sachsen-Anhalt
Partner:	Regionen

9.2.4 Maßnahmen im Bereich Soziales und Kultur

Der sich aus dem Tourismus ergebende wirtschaftliche Nutzen sollte stets im Einklang mit den ökonomischen und auch soziokulturellen Vorteilen für die Bevölkerung stehen. Neben der Natur sind auch das kulturelle Erbe, die regionsspezifische Kultur und Tradition sowie das aktuelle und zukünftige kulturelle Potenzial profilbildend für den Tourismus Sachsen-Anhalt und sollten entsprechend durch die Tourismusakteure gefördert werden. Darüber hinaus hat eine verantwortungsvolle Tourismusplanung auch Aspekte der Lebensqualität vor Ort im Blick. Die Bewohner müssen dem Tourismus gegenüber wohlwollend und positiv eingestellt sein und spüren, dass er ihnen auch bei der eigenen Lebensführung zugutekommt.

Fachkräftemangel in Beherbergung und Gastronomie gegensteuern	
13	<p>Hier sind v.a. die Betriebe gefordert, überzeugende Arbeitsbedingungen zu bieten und Personal aktiv anzuwerben. Die Praxis im deutschen Tourismus zeigt, wie schwer dies ist. Erfolgsbetriebe zeigen aber auch, dass Erfolge möglich sind.</p> <p>Verwiesen wird in dem Zusammenhang auf die Masterplanleitprojekt 6.4 und 6.3. Beratung und Begleitung der Betriebe ist notwendig. Darüber hinaus sind die Tourismusakteure bei einer Nachfolge und bei Investitionsplanungen zu unterstützen und gemeinsame Strategien und Ansätze mit den Handelskammern und touristischen Verbandsstrukturen – auf Landes- sowie Regionalebene – notwendig. Daher kann der LTV in den aktiven Austausch mit DEHOGA, IHK und sonstigen Institutionen gehen und mögliche Herangehensweisen eruieren.</p> <p>Ansatzpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Start einer Fachkräfte-Informationsinitiative zur Sicherung und Weiterentwicklung der Servicequalität ■ Beratungsangebote schaffen ■ Verbreitung ggf. vorliegender Erkenntnisse übergeordneter Ebenen (z. B. Berlin, IHK, DEHOGA usw.) ■ Kooperative aktive Be- und Anwerbung von Fach- und Arbeitskräften (vgl. Anmerkung) ■ Qualifikation der vorhandenen Fachkräfte durch Schaffung von Schulungsangeboten für Fachkräfte und Quereinsteiger (IHK, DEHOGA, usw.) ■ Motivation der Betriebe zur Teilnahme an Aktionen wie z. B. „Girls' Day/Boys' Day“, Ermöglichen von Praktika
Priorität:	hoch
Zeitraumen:	Kurz- und mittelfristig
Koordination:	LTV
Partner:	IHK, DEHOGA und alle touristischen Akteure
Anmerkung:	Der Arbeits- und Fachkräftemangel hat sich in der Hotellerie und Gastronomie weiter verschärft. Im Jahr 2020 haben deutschlandweit rd. 216.000 Arbeitskräfte die Branchen Gastronomie, Hotellerie und Tourismus verlassen, nur 116.000 kamen hinzu. Mittel- und langfristige Folgen für die Qualität der touristischen Angebote oder den touristischen Arbeitsmarkt sind derzeit anzunehmen.

Tourismusbewusstsein

Der authentische Eindruck einer Destination bei Gästen entsteht erst durch die täglichen Begegnungen mit den Anwohnern. Die Bevölkerung ist ebenso an der Qualität des regionalen touristischen Produktes beteiligt wie jeder touristische Leistungsträger. Um das Qualitätsniveau möglichst hochzuhalten, müssen letztendlich das Tourismusbild und die Entwicklungen von den Bürgern verkörpert und mitgetragen werden. Voraussetzung hierfür ist, dass die Erwartungen der Einheimischen an den Tourismus berücksichtigt werden und die Bevölkerung auch eine emotionale Verbindung zur Tourismuswirtschaft hat.

Kontinuierliche Förderung der Tourismusakzeptanz innerhalb der Einwohnerschaft

14 Die Akzeptanz der Bevölkerung ist eine Voraussetzung für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung. Geht es den Einwohnern gut, geht es den Touristen gut. Einwohner profitieren von den Einnahmen durch den Tourismus, wie auch Gäste von der Gastfreundschaft der lokalen Bevölkerung profitieren. 2021 erfolgte eine Erhebung der Tourismusakzeptanz in Sachsen-Anhalt nach Reisegebieten und Städten. Damit wurde ein entscheidender Schritt zur Erhebung des Status quo zur Akzeptanz gelegt. Darauf aufbauend hat die IMG Anfang 2023 eine Binnenmarketingkampagne zur Tourismusakzeptanz gestartet, um den Einheimischen die Bedeutung des Tourismus auf die eigene Lebensqualität aufzuzeigen. Verwiesen wird in dem Zusammenhang auf Masterplanleitprojekt L 6.1 und 6.2

Umsetzungsschritte:

- Abstimmung/Verständigung mit der IMG über den Stand der Binnenmarketingkampagne zur Tourismusakzeptanz (siehe Anmerkung), ergriffene und umgesetzte Maßnahmen, Unterstützungsbedarfe, Weiterentwicklungsmöglichkeiten.
- Regelmäßige Durchführung der Akzeptanzstudie auf Basis der Nullmessung aus 2021 zur Erfassung der Stimmungen, Erwartungen, Bedenken und Beurteilungen zum Tourismus seitens der Einwohnenden
- Integration des Themas Nachhaltigkeit in die Erhebung und Kampagne und weitere Tourismuskommunikation

Weitere Ideen:

- Sensibilisierung der Einwohnenden für das Thema Nachhaltigkeit (innerhalb der Binnenmarketingkampagne, weiterer Kommunikationsformate)
- Schaffung eines regelmäßigen Dialogformats für und mit der lokalen Bevölkerung (analog & ggf. auch digitale Dialogplattform) für den Informationsaustausch; oder Prüfung der Teilnahme/Unterstützung bei anderen Partizipationsformaten
- Angebote für Bevölkerung schaffen zum Kennenlernen touristischer Anbieter und Leistungen: Auch die eigene Bevölkerung nimmt vielerlei touristische Angebote wahr und profitiert zudem auch von Leistungen, die für fremde Gäste bereitgehalten werden und natürlich auch den Bürgern offenstehen. Um das Verständnis für die touristischen Aktivitäten bei den Anwohnern der Region zu stärken, können eigene Veranstaltungsformate geplant werden, bei denen die Bewohner als „Gäste in der eigenen Heimat“ unterwegs sind. Ein guter Ansatz ist der „Tourismustag für Einheimische“ des LTV.
- Einbezug der Bürgerschaft bei touristischen Angebot- und Infrastrukturvorhaben

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Besucherlenkungsmaßnahmen für den Fall, dass an bestimmten Punkten Überlastungserscheinungen durch Tagesausflugsgäste, Übernachtungsgäste auftreten
Priorität:	Hoch
Zeitraumen:	mittelfristig
Koordination:	IMG, LTV
Partner:	touristische Akteure
Anmerkung:	Die Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) hat in 2021 eine Akzeptanzstudie durchgeführt und dazu Anfang 2023 eine Binnenmarketingkampagne zur Tourismusakzeptanz mit dem Slogan „Starker Tourismus Sachsen-Anhalt. Wir haben alle was davon“ gestartet.

9.3 Handlungsempfehlungen für die Regionen im Rahmen des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusentwicklung

9.3.1 Die Altmark

Die Altmark hat aufgrund der Partnerbetriebe des Biosphärenreservats schon über 30 Betriebe, die in eine Stufe 2 des Stufenmodells der nachhaltigen Tourismusentwicklung fallen würden. Dazu kommt die sehr gute Selbsteinschätzung der Hansestadt Gardelegen, ein weiteres Biosphärenreservat mit dem Drömling. Auch mit den Angeboten wie dem Altmarkrundkurs, dem Elberadweg und den Wandernestern, grünes Band oder den Reitangeboten ist die Altmark gut aufgestellt. Hinzu kommen Betriebe, die die Regionalmarke unterstützen und Betriebe, die in dem Verein Altmarkmacher zusammengeschlossen sind. Das 3-Stufenmodell sehen wir für die Altmark als ideal an, da bisherige Aktivitäten im Umfeld der Nachhaltigkeit honoriert werden und weitere Partner jetzt auf das Modell der touristischen Nachhaltigkeit als Betriebe in Stufe 1 dazukommen können, die bisher keine Möglichkeit hatten.

Wir empfehlen der Altmark in das 3-Stufenmodell einzusteigen und die hohe Zahl von Betrieben, die eine Stufe 2 mittels anderer Zertifizierungen und Labels erreicht haben, zu nutzen. Für den lokalen Tourismus sehen wir Orte wie Arendsee, Gardelegen, Bismark, Kalbe, aber auch Stendal und Tangermünde als Kandidaten einer weiterführenden Zertifizierung.

Für die Altmark empfehlen wir, auf das Thema Nachhaltigkeit und die Zielgruppen zu fokussieren und eine Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel zumindest mittelfristig anzustreben.

Gutachterlich sehen wir die begrenzte Personalausstattung als begrenzenden Faktor, für die Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit im Tourismus braucht der Altmärkische Regionalmarketing- und Tourismusverband dringend personelle Aufstockung und weitreichende Unterstützung und Vorlagen des LTV, da eine eigenständige Bearbeitung des Themas mit dem bestehenden Team schwer möglich sein wird.

9.3.2 Die Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg

Die Welterberegion Anhalt-Dessau-Wittenberg beherbergt einen Schatz kultureller und naturräumlicher Denkmäler, die mit einer UNESCO-Auszeichnung aufwarten können. Es gibt eine Vielzahl von Angeboten, die im Umfeld nachhaltiger touristischer Entwicklung umgesetzt wurden und auch für den Gast präsent sind.

Trotz der Fokussierung auf das kulturelle Erbe empfehlen wir der Welterberegion nicht auf den Aspekt der Nachhaltigkeit auch in der Außendarstellung zu verzichten. Es besteht die Möglichkeit, die kultur-touristische Angebote transparent als nachhaltig zu gestalten und entsprechend zu vermarkten. Um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und zu verbessern, ist es für die Welterberegion unerlässlich, die Affinität der Betriebe zum Thema Nachhaltigkeit zu steigern.

Für die Welterberegion empfehlen wir, möglichst viele Betriebe in Stufe 1 zu integrieren und mit Maßnahmen mittelfristig weiterzuentwickeln. Die Partner der Regiokiste sind Erweiterungen in Stufe 2 und teilweise in Stufe 3. Wichtig ist für die Welterberegion, dass die Mitarbeitenden als Lotsen für Betriebe

bei der Maßnahmengestaltung bereitstehen. Wir empfehlen auf Basis der vielfältigen Einzelleistungen eine Prüfung, ob eine Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel für die gesamte Region anzustreben ist und die Profilierung verstärkt. Für die lokale Ebene empfehlen wir eine Teilnahme im 3-stufigen Modell auf der Stufe 1 und 2.

9.3.3 Urlaubsregion Mittelelbe

Für die Urlaubsregion Mittelelbe wurden in der Selbstauskunft Anstrengungen hinsichtlich Klimaschutz, Treibhausgasreduktion und Optimierung des Energieverbrauchs dargelegt. Wir gehen davon aus, dass dies als ein Zeichen großen Interesses an der Entwicklung der nachhaltigen touristischen Entwicklung zu werten ist. Im Bereich des Angebotes ist die Region gut aufgestellt, sowohl im Aktivbereich mit nachhaltigen Angeboten als auch im Kulturbereich mit Highlights wie dem Kloster Jerichow. Wir empfehlen, die Region mittelfristig im 3-Stufenmodell zu einer nachhaltigen Reiseregion zu entwickeln. Ziel wäre es, möglichst viele Betriebe in die Stufe 1 zu bringen und mit Maßnahmen weiterzuentwickeln. Eine Zertifizierung der in der Region eingebetteten Landeshauptstadt Magdeburg als nachhaltiges Reiseziel erfordert auch in der Region eine wettbewerbsfähige Darstellung im Umfeld der Nachhaltigkeit. Wir empfehlen die Rolle als Begleiter und Moderator für Betriebe im Umfeld der nachhaltigen Entwicklung ernst zu nehmen und diese auch personell durch Neubesetzung oder Neufokussierung der Mitarbeitenden entsprechend auszustatten.

9.3.4 Der Harz

Der Harz hat mit der Zertifizierung von Wernigerode als nachhaltiges Reiseziel auf lokaler Ebene und einer Vielzahl von zertifizierten Betrieben im Umfeld der Nachhaltigkeit, aber auch mit seinen Angeboten die beste Position aller Regionen im Land Sachsen-Anhalt zur Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusentwicklung. Wir empfehlen einen schnellen Einstieg in das 3-Stufenmodell, in dem aktuell 7 Betriebe in die höchste Stufe 3 einbezogen werden können und weitere Betriebe in der Stufe 2 kategorisiert würden. Wir empfehlen, das Hauptaugenmerk auf die Betriebe zu legen, die in Stufe 1 einsteigen können, um durch Maßnahmen eine schnelle Entwicklung hin zu einem nachhaltigen Reiseziel zu ermöglichen. Der Harz als Mitglied des LTV ist von einer Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel nicht weit entfernt, daher empfehlen wir hier eine Zertifizierung mittelfristig anzugehen. Die lokale Ebene kann in dem 3-Stufenmodell in den Stufen 1 und 2 einsteigen; mit Wernigerode ist ein Leuchtturmpartner der Stufe 3 im Harz vorhanden.

9.3.5 Saale-Unstrut

Glanzlichter und Regionalmarke sind zwei gute Ansätze, die für das Gebiet Saale-Unstrut aufzeigt, dass die Region und die Partner in der Region gut zusammenarbeiten. Diese gute Zusammenarbeit sollte die Basis einer Hinwendung zum Thema Nachhaltigkeit sein. Das 3-Stufenmodell ist für Saale-Unstrut als Entwicklungsprogramm gut geeignet, viele Betriebe in der Stufe 1 einzubinden und mit Maßnahmen im Umfeld der Nachhaltigkeit zukunftsfähiger zu machen. Die bestehenden zertifizierten Betriebe stehen direkt in Stufe 3 als Vorbilder und Leuchttürme zur Verfügung. Mit der Regionalmarke „Handgemacht Saale.Unstrut“ ist der Grundstein für eine Vielfalt von Mitgliedern der Stufe 2 gelegt.

9.3.6 Dessau-Roßlau

Die Tourist Information mit ihrem TourCert Nachhaltigkeits-Zertifikat macht es in der Region vor, was Nachhaltigkeit bedeutet. Schon im Selbstcheck wurde deutlich, dass die Weiterbildung und die Entwicklung der Betriebe hin zur Nachhaltigkeit sehr ernst genommen werden. Wir sehen die touristische Organisation als Multiplikator auch in einem 3-Stufenmodell. Gerade für den im Stadttourismus wichtigen Veranstaltungs- und Tagungstourismus ist die Nachhaltigkeit schon heute ein wichtiges Auswahlkriterium von Firmenbuchungen. Mit den Maßnahmen können in der Stufe 1 die Beherbergungsbetriebe ohne große Hürden auf die Zukunftsfähigkeit getrimmt werden und auch nachhaltige Leistungen für anspruchsvolle Firmenkunden bereitgestellt werden.

9.3.7 Halle (Saale)

Für Halle wird Nachhaltigkeit im städtischen Umfeld sichtbar. Mit einem Nachhaltigkeitsbüro der Universität und einer Reihe von Einrichtungen im Umfeld der Nachhaltigkeit ist Halle prädestiniert, auch im Tourismus das Thema breit anzugehen. Im Selbst-Check wurden bereits Maßnahmen zur nachhaltigen Ausrichtung in den Betrieben angemerkt, was auch von einer Affinität zur Nachhaltigkeit zeugt. In der Stadt sind einige Hotels im Umfeld der Nachhaltigkeit zertifiziert. Für den Tourismus ist eine Weiterführung des Themas Nachhaltigkeit auch aus Gründen der Zukunftsfähigkeit wichtig. Gerade die Veranstaltungen großer Firmen sind auf nachhaltige Betriebe fokussiert. Wir empfehlen das 3-Stufenmodell zu nutzen, um weitere Betriebe auf die Reise in Richtung Nachhaltigkeit zu schicken und auch als touristische Organisation im Level 2 eine externe Begutachtung der Nachhaltigkeitsleistungen anzustreben.

9.3.8 Magdeburg

Als Landeshauptstadt steht Magdeburg unter besonderer Beobachtung der touristischen Akteure im Land. Durch die Planung einer Zertifizierung für nachhaltige touristische Entwicklung wird Magdeburg als Leuchtturm seiner Bedeutung gerecht. Einige der Hotels sind in Magdeburg ebenfalls zertifiziert und innerhalb der Zertifizierung sogar in der Spitzengruppe des jeweiligen Siegels. Insofern schätzen wir den Weg der geplanten Zertifizierung als Erfolg versprechend ein. Wir empfehlen, das 3-Stufenmodell zu nutzen, um weitere Betriebe und touristische Dienstleister im Umfeld der Nachhaltigkeit zu begeistern und die Nachhaltigkeit als einen Teil der Positionierung des städtischen Tourismus auszubauen. Die Lage an der Elbe und dem UNSECO Biosphärenreservat, die gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr, große Grünanlagen passen hierzu sehr gut.

9.4 Meilensteine

Jahr	Meilenstein
2025	Aufbau des Programms und Launch des Programms am 01.06.2025.
2025	Der Nachhaltigkeitsbeirat tagt zum ersten Mal, es wird die Selbstverpflichtung der Teilnehmer des Nachhaltigkeitsprogramms verabschiedet.
2025	Zum Ende des Jahres sind 100 Teilnehmer eingeschrieben.
2026	Die Förderprogramme des Landes werden noch stärker an die Leitlinie der nachhaltigen Entwicklung angepasst. Es findet die Bevorzugung von Mitgliedern des Programms statt.
2026	Die erste landesweite Marketingaktion startet, in der die Teilnehmer am Programm bevorzugt dargestellt werden.
2026	Am 01.09. startet in der „Echt“ Kampagne die bevorzugte Auspielung nachhaltiger Angebote zur Stärkung der Zielgruppenansprache.
2026	Die Verkehrsgesellschaft wird Teilnehmer des Programms und baut mit den teilnehmenden Betrieben nachhaltige Ausflüge und Kurzaufenthalte mit ÖPNV-Nutzung in Paketen zusammen.
2026	Am Ende des Jahres sind 250 Teilnehmer eingeschrieben.
2026	Es gibt ein neu zertifiziertes nachhaltiges Reiseziel in Sachsen-Anhalt und schon 20 Beherbergungsbetriebe haben Zertifizierungen im Level 3 vorlegen können.
2026	Das Land Sachsen-Anhalt erhält mit dem Nachhaltigkeitsprogramm und der Kampagne „Echt nachhaltig“ den deutschen Tourismuspreis.
2027	Eine zweites Reiseziel ist neu nachhaltiges Reiseziel. 400 Partner sind im Programm registriert. Die Anzahl der in Stufe 3 registrierten Betriebe steigt auf über 50 und weitere 50 Betriebe sind in Stufe 2 registriert.
2028	Nachhaltigkeit findet starken Eingang in die Förderung des Landes.
2028	Mehr als 50.000 nachhaltige Ausflugsprogramme sind Ende des Jahres verkauft worden, die im ganzen Land eine hohe Wertschöpfung auslösen konnte.
2030	Alle Verbandsmitglieder sind als nachhaltiges Reiseziel zertifiziert.

10 Indikatoren und Überwachungsmechanismen

Ein Vorteil des 3-Stufenmodells für eine nachhaltige Tourismusedwicklung ist, dass es einen wichtigen Indikator mitliefert: die Zahl der Teilnehmer.

Auch für die Überwachung der Nachhaltigkeitsleistungen gibt es mit dem Maßnahmenkonzept für die Stufe 1 und die Anforderung eines externen Audits für die Stufen 2 und 3 die ideale Voraussetzung.

10.1 Evaluierung anhand von Kennzahlen

Das 3-Stufenmodell beinhaltet die Evaluierung in Quantität und Qualität, sowie die Evaluierung in Bezug auf Zielerreichung. Zudem bietet die Auswertung der Maßnahmenkategorien messbare Indikatoren.

Abb. 31 Indikatoren für die Nachhaltigkeitsstrategie Sachsen-Anhalt in einem 3-Stufenmodell

Themenbereich	Mögliche Indikatoren (Sammlung)	Erforderliche Daten, Zuständigkeiten, Erhebungsintervall
Fokus Nachhaltigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anzahl an Betrieben und Destinationen, die sich mittels Selbstverpflichtung und Teilnahme am Programm der Nachhaltigkeit verpflichten ■ Anzahl von Tourismusbetrieben zertifizierten Siegeln im Umfeld der Nachhaltigkeit ■ Anzahl von Betrieben, die in allen Dimensionen der Nachhaltigkeit Leistungen vorweisen können 	Teilnehmerzahl jeweils in den Stufen 1, 2 oder 3.
Zertifizierungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anzahl der Zertifizierungen insgesamt ■ Anteil der Betriebe in Stufe 1 ■ Anteil der Betriebe in Stufe 2 ■ Anteil der Betriebe in Stufe 3 	Aus der Positivliste werden die Zertifizierungen den Stufen zugeordnet, somit ist die Anzahl ausreichend
Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anzahl der Betriebe, die ihre Nachhaltigkeitsleistung nach Außen kommunizieren ■ Anzahl der sichtbaren Angebote für die Zielgruppen mit hoher Nachhaltigkeits-Affinität 	Aus dem Selbst-Check ableitbare Größe in der Stufe 1, für Stufe 2 und 3 teilweise Anforderung der Siegel
Nachhaltigkeitsbeirat	<ul style="list-style-type: none"> ■ Anzahl der regelmäßigen Treffen ■ Anzahl der umgesetzten Maßnahmen aus Positivliste ■ Anzahl der aktiven Mitglieder ■ Zusammenarbeit mit der DMO 	Teilnehmer und Teilnahmen an den Treffen des Nachhaltigkeitsbeirats

10.2 Zielsetzung für eine Erfüllung des Masterplans und für den Erfolg eines 3-Stufenmodells für die nachhaltige Tourismusedwicklung

Für die erfolgreiche Erfüllung des Ziels im Masterplan und eine Umsetzung im Sinne der Glaubhaftigkeit als Leitlinie geben wir gutachterlich folgende Zielsetzung aus:

Destinationen im 3-Stufenmodell

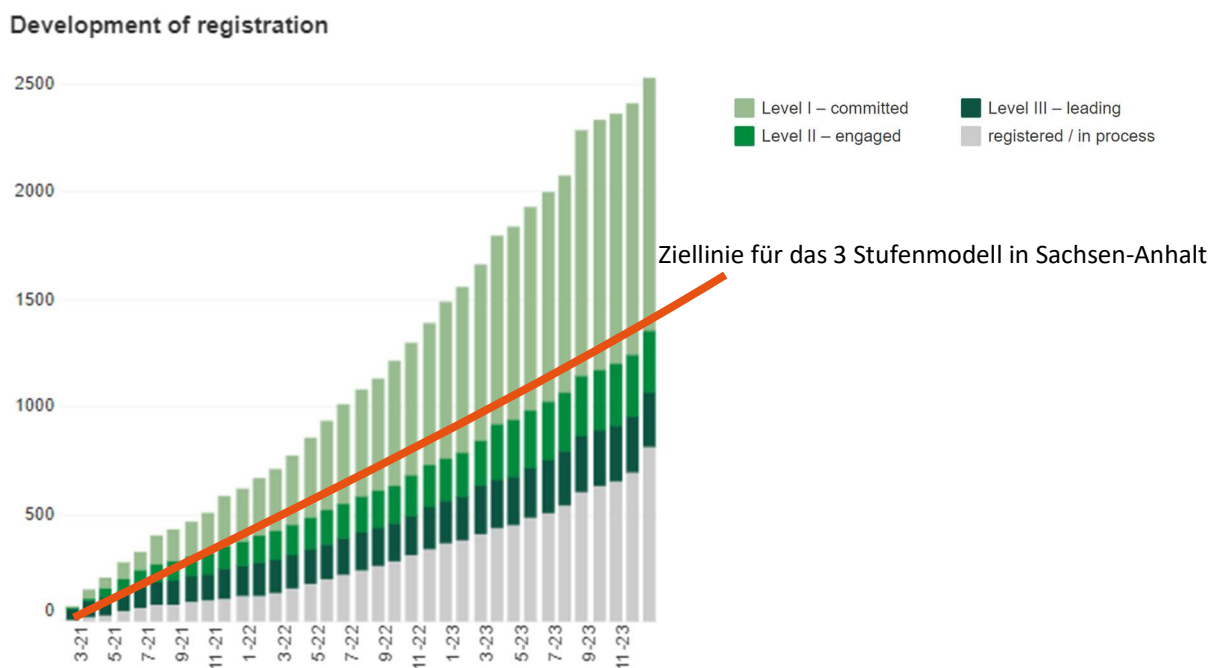
2025/26: Teilnahme aller Mitglieder des LTVs und weiterer 20 lokaler touristischen Organisationen.

2028: Alle touristischen Organisationen in Sachsen-Anhalt sind Teilnehmer im 3-Stufenmodell der nachhaltigen Tourismusedwicklung.

Betriebe im 3-Stufenmodell

Mit dem "Swisstainable Programm"³⁴ im Schweizer Tourismus, das schon 2020 mit einem ähnlich gelagerten Modell in die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung gestartet ist, wird ein Vergleichsmaßstab gesetzt. Werden aus dem Erfolg des Schweizer Modells die Ziele gemäß der touristischen Frequenz für die Strategie in Sachsen-Anhalt abgeleitet, dann müssten bis 2027 400 Betriebe am 3-Stufenmodell teilnehmen. In jedem Fall ist eine steile Kurve der Registrierungen eine wichtige Zielsetzung. Auch wenn diese nicht gleichförmig mit Vergleichsmaßstab des Swisstainable-Programms laufen wird, ist ein Steigungsverhältnis wie die in Abb. 32 als rote Linie der Gesamtteilnehmer zu erreichen

Abb. 32 Swisstainable als Best-Practice und Ziellinie der Mitgliedschaften (Umsetzung des 3-Stufenmodells)



Quelle: Schweiz Tourismus (2023b)

³⁴ Außendarstellung von Swisstainable: <https://www.myswitzerland.com/de-de/planung/ueber-die-schweiz/nachhaltigkeit/> und Binnenkommunikation : <https://www.stnet.ch/de/swisstainable/>

11 Literaturverzeichnis

Internetquellen

- Altmärkischer Regionalmarketing- und Tourismusverband (2023): <https://www.altmark.de/>
- Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2023): Förderwegweiser Energieeffizienz. <https://www.energiewechsel.de/KAENEFF/Navigation/DE/Foerderprogramme/Foerderfinder/foerderfinder.html> (Abgerufen Dezember 2023)
- Germany Travel Feel Good Kampagne: <https://www.germany.travel/de/feel-good/nachhaltigkeit.html>
- Harzer Tourismusverband e. V. (2023): <https://www.harzinfo.de/>
- Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) (2023a): <https://sachsen-anhalt-tourismus.de/>
- Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) (2023b): Echt schön. Sachsen-Anhalt. <https://echtschoensachsenanhalt.de/> (Abgerufen 18.12.2023).
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes (2023a): Trendreport Tourismus 2023. https://kompetenzzentrum-tourismus.de/media/trendreport_tourismus_2023_-_kompetenzzentrum_tourismus_des_bundes.pdf
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes (2023b): Tourismusförderung. <https://kompetenzzentrum-tourismus.de/tourismusfoerderung/lifttransformation> (Abgerufen Dezember 2023)
- Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH (2023): <https://www.magdeburg-marketing.de/>
- Magdeburger Tourismusverband Elbe-Börde-Heide e. V. (2023): <https://www.regionmagdeburg.de/Freizeit-und-Tourismus/Region/Kontakt/> (NEU: www.urlaubsregion-mittelbe.de)
- Nickerson, Norma Polovitz; Jorgenson, Jake; Boley, B. Bynum (2016): Are sustainable tourists a higher spending market? In: Tourism Management
- Saale-Unstrut Tourismus GmbH. (2023): <https://www.saale-unstrut-tourismus.de/>
- Schweiz Tourismus (2023a): Swisstainable Kampagnen 2023. <https://www.stnet.ch/de/swisstainable/kampagne/> (Abgerufen Dezember 2023).
- Schweiz Tourismus (2023b): Swisstainable – Dashboard. <https://www.stnet.ch/de/swisstainable/swisstainable-dashboard/> (Abgerufen 19.12.2023)
- Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (2023): <https://verliebtinhalle.de/>
- Stadtmarketinggesellschaft Dessau-Roßlau mbH (2023): <https://www.smg-dessau-rosslau.de/>
- Welterberregion Anhalt-Dessau-Wittenberg e. V. (2023): <https://www.anhalt-dessau-wittenberg.de/>
- BMUV, Zunahme nachhaltiger Urlaubsreisen: <https://www.bmuv.de/pressemitteilung/zunahme-nachhaltiger-urlaubsreisen-aber-weiter-luecke-zwischen-wunsch-und-wirklichkeit>.

Berichte und Studien

- BTE (2016): DTV-Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen / Empfehlungen / Umsetzungshilfen. https://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/user_upload/Themen/Nachhaltigkeit/Praxisleitfaden_Nachhaltigkeit.pdf
- Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (IMG) (2022). Tourismusakzeptanz der Wohnbevölkerung. https://sachsen-anhalt-tourismus.de/fileadmin/dokumente/pdf/Mafo-news_November_2022_TAS.pdf
- Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (2020): Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027.
- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen, FUR e.V. (Hrsg.) (2023): Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen: Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren. https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2023/09/UBA_Nachhaltigkeit_bei_Urlobsreisen_Bericht2023_FL-NAL.pdf
- Nickerson, Norma Polovitz & Jorgenson, Jake & Boley, B. Bynum, 2016. "Are sustainable tourists a higher spending market?," Tourism Management, Elsevier, vol. 54(C), pages 170-177. DOI: 10.1016/j.tourman.2015.11.009.

Sonstige

- Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten (2023). Richtlinie über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Tourismusentwicklung. <https://www.landesrecht.sachsen-anhalt.de/bsst/document/VVST-VVST000012792>

Leseliste – empfohlene Literatur:

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (2016): Klimaschutzplan 2050 - Klimaschutzpolitische Grundsätze und Ziele der Bundesregierung, online verfügbar: <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Industrie/klimaschutz-klimaschutzplan-2050.html>
- Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (Hrsg.) (2016): Nachhaltiges Wirtschaften in Hotellerie und Gastronomie.
- DTV-Praxisleitfaden Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen / Empfehlungen / Umsetzungshilfen – Abrufbar unter: https://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/user_upload/Themen/Nachhaltigkeit/Praxisleitfaden_Nachhaltigkeit.pdf
- Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes: Auf dem Weg zur Klimaneutralität bis 2025 – Abrufbar unter: https://kompetenzzentrum-tourismus.de/media/auf_dem_weg_zur_klimaneutralitaet_bis_2045_c_kompetenzzentrum_tourismus_des_bundes.pdf
- Swisstainable
 - Strategie für eine nachhaltige Entwicklung des Reiselandes Schweiz – Abrufbar unter: https://files.stv-fst.ch/staging/assets/downloads/swisstainable_strategie_d.pdf
 - Swisstainable Destination – Abrufbar unter: https://files.stv-fst.ch/staging/assets/downloads/230508_webinar_swisstainable_destination.pdf