REPORT
NACHHALTIGKEIT

MODELLREGIONEN FÜR EINEN NACHHALTIGEN TOURISMUS

Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13

BUNDESWETTBEWERB NACHHALTIGE TOURISMUSREGIONEN 2012/13

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit

Bundesamt für Naturschutz

DTV Deutscher Tourismusverband e.V.

Impressum

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

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

INHALTE UND REDAKTION

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

GRAFISCHE GESTALTUNG

BTE Tourismus- und Regionalberatung

KORREKTORAT

Sabine Mattern

BILDNACHWEISE

Allgäu GmbH (S. 5 oben, 13 unten, 29)
Ammergauer Alpen GmbH/Mathias Neubauer (S. 22 oben)
Ammergauer Alpen GmbH/Thomas Bichler (S. 22 unten)
BTE Tourismus- und Regionalberatung (S. 5 unten, 7)
Eifel Tourismus GmbH (S. 20/21, 26)
Erich Spiegelhalter/STG (Umschlag, S. 18/19)
Gengenbach Kultur- und Tourismus GmbH (S. 19 unten)
Hochschwarzwald Tourismus GmbH (S. 6)
Kenners LandLust (S. 24)
Kurverwaltung Juist (S. 16/17)
Nationalpark Bayerischer Wald – Tierisch Wild (Umschlag, S. 9, 14/15)
Saarpfalz Touristik (S. 25 unten)
Saarpfalz Touristik/Gunther Kopp (S. 25 oben)
Thomas Gretler (Umschlag, S. 12/13)
Tourismusbüro Biosphäre Halligen (S. 23)
Tourismus Marketing Uckermark/Hurtienne (Umschlag, S. 10/11)
Tourismus Marketing Uckermark/Kappest (S. 11 unten)
Tyler Olsen – istockphoto (S. 5 Mitte)

DRUCK
DruckVogt GmbH, Berlin
Die Broschüre wurde klimaneutral auf umweltfreundlichem Recyclingpapier gedruckt.

ClimatePartner° klimaneutral
Druck | ID: 10847-1310-1005

Berlin, Oktober 2013

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

VORWORT

Reinhard Meyer,
Präsident Deutscher Tourismusverband e.V.

Was hat ein Esel mit Nachhaltigkeit zu tun? In der Uckermark streifen Touristen drei Tage lang mit dem langohrigen Reisebegleiter, Wanderkarte und Picknickdecke durch die Natur und kehren in kleine Familienbetriebe ein, die für eine Schlafstätte und Verpflegung mit regionalen Produkten sorgen. Nur mit der eigenen Muskelkraft und dem Esel als Gepäckträger von Ort zu Ort reisen – kohlendioxidärmer geht es kaum. „Eselwandern" heißt das Angebot, für das die Expertenjury die Uckermark unter anderem zur Siegerregion im Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13 kürte. Die Region überzeugte zudem mit ihrem Netzwerk touristischer Unternehmen, das geschlossen auf Ökostrom, energetische Gebäudesanierung und regionale Bioprodukte setzt. Klimafreundliche Anbieter können ihre Emissionen über Emissionszertifikate kompensieren.

34 Tourismusregionen von der Nordsee bis zum Allgäu hatten sich beim Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13 beworben. Ihre Beiträge durchleuchtete die Jury anhand von 50 Kriterien. Nachhaltigkeit ist zwar in aller Munde, doch was die Regionen bereits tatsächlich umsetzen, hat selbst uns überrascht. Es ging neben den Produkten einzelner Betriebe hauptsächlich um ineinandergreifende Konzepte, die auf der Zusammenarbeit verschiedener Akteure wie Naturschützer, Touristiker und Leistungsträger beruhen. Es sind vorbildliche Beispiele dafür, wie eine ganze Region auf ein Thema eingestimmt und nachhaltig aufgestellt werden kann. Mit kreativen Einfällen haben die Teilnehmer den für viele Gäste noch sperrigen Begriff „Nachhaltigkeit" erlebbar gemacht. Ob kostenfreie Fahrt mit Bus und Bahn am Urlaubsort, Rangerführungen oder eine Kinderuniversität mit Vorlesungen zu Klima- und Umweltschutz: Es muss dem Gast so leicht wie möglich gemacht werden, sein vorhandenes Umweltbewusstsein in praktisches Handeln umzusetzen. Das liegt in der Verantwortung der Urlaubsregionen, -orte und Betriebe.

Der Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13 gibt uns eine erste Vorstellung, wie ganze Regionen in Deutschland das Thema Nachhaltigkeit umsetzen. Noch existiert keine umfassende Datenlage. Vor diesem Hintergrund war es besonders wichtig, einen Status Quo aus der Praxis zu erheben. Der Wettbewerb soll der Tourismusbranche Denkanstöße und den Gästen Ideen liefern, wie sie bewusster verreisen können. Wir sind gespannt, wie sich der Markt weiter entwickelt.

34 BEWERBUNGEN BUNDESWEIT!

INHALT

IMPRESSUM 2
VORWORT 3
WETTBEWERB 6
BEWERTUNG 8
SIEGERREGION 10
FINALISTEN 12
SONDERPREIS 20
WEITERE GEWINNER 22
JURY UND BEIRAT 27
EMPFEHLUNGEN 28
AUSBLICK 30
CHECKLISTE 31

WETTBEWERB

Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13

Erstmals hat der Deutsche Tourismusverband (DTV) gemeinsam mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) sowie dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) einen Bundeswettbewerb für nachhaltige Tourismusregionen in Deutschland ausgelobt.

Ziele des Wettbewerbs

Eine nachhaltige Tourismusentwicklung ist vor allem im ländlichen Raum eine entscheidende Zukunftsaufgabe. Das Engagement der Tourismusverantwortlichen und der Unternehmen vor Ort muss für diese Belange gestärkt werden, und die besten bereits existierenden Initiativen müssen einer breiten Öffentlichkeit bekannter gemacht werden. Dieser Bundeswettbewerb hat sich genau das zum Ziel gesetzt. Er soll einen auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Qualitätstourismus voranbringen, als Vorbildwirkung für andere Regionen gelten und sie zur Selbstreflektion anregen sowie Handlungsanreize bieten. Dies dient auch der internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Die Grundsätze einer nachhaltigen Entwicklung sollen stärker in der Öffentlichkeit, in den Unternehmen, Tourismusorganisationen und -verbänden sowie bei den Gästen verankert werden.

Vorbildliche Tourismusregionen

Im Rahmen des Bundeswettbewerbs wurden deutsche Tourismusregionen gesucht, die bereits ein beispielhaftes nachhaltiges Tourismuskonzept sowie entsprechende Angebote entwickelt und umgesetzt haben. Dabei sollten diese Regionen besonders effizient mit Klima und natürlichen Ressourcen umgehen und sich dem Schutz und der nachhaltigen Nutzung der biologischen Vielfalt sowie dem Erhalt des kulturellen Erbes verpflichtet fühlen. Der Nachhaltigkeitsgedanke mit seinen drei Säulen – Ökologie, Ökonomie und Soziales – sollte fest im Handeln der Tourismusregion verankert und bereits angewendet werden. Diese vorbildlichen Tourismusregionen sollten in der Lage sein, die Bedürfnisse der Gäste und der lokalen Bevölkerung mit denen des Natur- und Umweltschutzes zu verbinden und dabei parallel eine langfristig wirtschaftliche sowie sozial verträgliche Entwicklung anstreben.
Der Tourismus trägt in vielen Regionen erheblich zu einer dauerhaften Wertschöpfung und zum Wohlstand der lokalen Bevölkerung bei. Dabei sind die Tourismusregionen Impulsgeber für eine nachhaltige Regionalentwicklung im ländlichen Raum. Der vorliegende Report stellt zunächst das Bewertungsverfahren des Bundeswettbewerbs Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13 dar, erläutert die Themenbereiche, welche im Bewertungsprozess relevant waren und präsentiert anschließend einschlägige Maßnahmen der Gewinnerregionen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in der Region beitragen.

Weitere Informationen zum Wettbewerb unter: **www.bundeswettbewerb-tourismusregionen.de**

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

Mit 34 Bewerberregionen hat sich fast ein Viertel sämtlicher deutscher Tourismusregionen den 50 strengen Kriterien des Wettbewerbs gestellt. Die Vielzahl der überzeugenden Konzepte und innovativen Instrumente zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung hat uns positiv überrascht. Es wurde deutlich, dass nachhaltiger Tourismus nicht nur im Trend liegt, sondern vielmehr bereits konkrete touristische Angebote dazu umgesetzt werden.

Prof. Martin Lohmann,
NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa

Aktuell wünschen sich laut der diesjährigen Reiseanalyse 40 Prozent der Bevölkerung einen umweltverträglichen Urlaub. Die Sozialverträglichkeit des Urlaubs ist sogar für 46 Prozent der Bundesbürger wichtig. Untersuchungen zeigen, dass ökologische und soziale Orientierung im Urlaub nicht elitär ist. Nachhaltige Einstellungen zum Urlaub finden sich vielmehr in allen Bevölkerungsschichten wieder. Aus der Sicht des Urlaubers geht es vor allem darum, dass Reisen weiterhin den hohen eigenen Ansprüchen genügen und darüber hinaus negative Effekte klein gehalten sowie positive Effekte gefördert werden.

Im Weiteren werden der Wettbewerb sowie die Siegerregion und die nächsten Finalisten, gefolgt vom Sonderpreisträger Biodiversität und den weiteren Gewinnern vorgestellt.

Preise für die Gewinnerregionen

Neben Pokalen und Urkunden erhielten die Siegerregion und die vier Finalisten folgende Kommunikations- und Marketingmaßnahmen:

- eine öffentliche Preisverleihung in Berlin,
- eine Präsentation der Regionen auf über 900 Großflächenplakaten in allen deutschen Großstädten über 500.000 Einwohner,
- eine prominente Darstellung auf der Wettbewerbs-Internetseite und Partnerwebseiten,
- eine Veröffentlichung der ausgezeichneten Leistungen in einer Publikation zum Wettbewerb,
- die Nutzung des Wettbewerbslogos für die eigene Vermarktung
- sowie Pressearbeit im Rahmen des Wettbewerbs.

Die Siegerregion wurde zusätzlich prämiert mit:

- einem Imagefilm über die eigene Region,
- der Unterstützung der Initiatoren bei der Vermarktung über die Tourismusmarketingorganisationen der Bundesländer,
- einer Anzeige im Reiseplan der Deutschen Bahn auf verschiedenen, selbst ausgewählten Fernverkehrsstrecken.

Die fünf Tourismusregionen, die bei der Bewertung die nächstplatzierten Regionen nach den Finalisten sind, erhielten maßgeschneiderte Beratungsleistungen. Dazu organisierte BTE Tourismus- und Regionalberatung in Kooperation mit der regionalen Tourismusorganisation einen Workshop vor Ort, bei dem zusammen mit touristischen Akteuren regionsspezifische Strategien und Maßnahmen für eine weitere erfolgreiche nachhaltige Tourismusentwicklung erarbeitet wurden.

17 Bewerberregionen werden im Rahmen einer Nachhaltigkeitskampagne ab 2014 von der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. weltweit beworben.

BEWERTUNG

Eine **Tourismusregion im Sinne des Wettbewerbs** musste folgenden Anforderungen entsprechen:

- mindestens das Gebiet von zwei Kommunen und maximal die Fläche einer/s Reiseregion/Reisegebietes (touristische Destinationsebene unterhalb der Landesebene) umfassen – Inseln wurde ein Sonderstatus eingeräumt,
- von einer Tourismusorganisation geführt werden,
- ein gemeinsames touristisches Konzept/Leitbild umsetzen und
- sich über einen gemeinsamen Außenauftritt wie zum Beispiel Logo, Website vermarkten.

Zusätzlich sollte ein **Leuchtturm-Angebot** aus der Tourismusregion vorgestellt werden, welches die Umsetzung der Nachhaltigkeit in der Region besonders verdeutlicht. Das Angebot musste folgende Voraussetzungen erfüllen:

- die regionale Natur erlebbar machen,
- seit mindestens zwei Jahren am Markt existieren,
- regelmäßig buchbar sein und
- seinen Aktionsraum in Deutschland haben.

Der Weg zur Auszeichnung

» Prüfung der Bewerbungen und Nominierung von fünf Finalisten

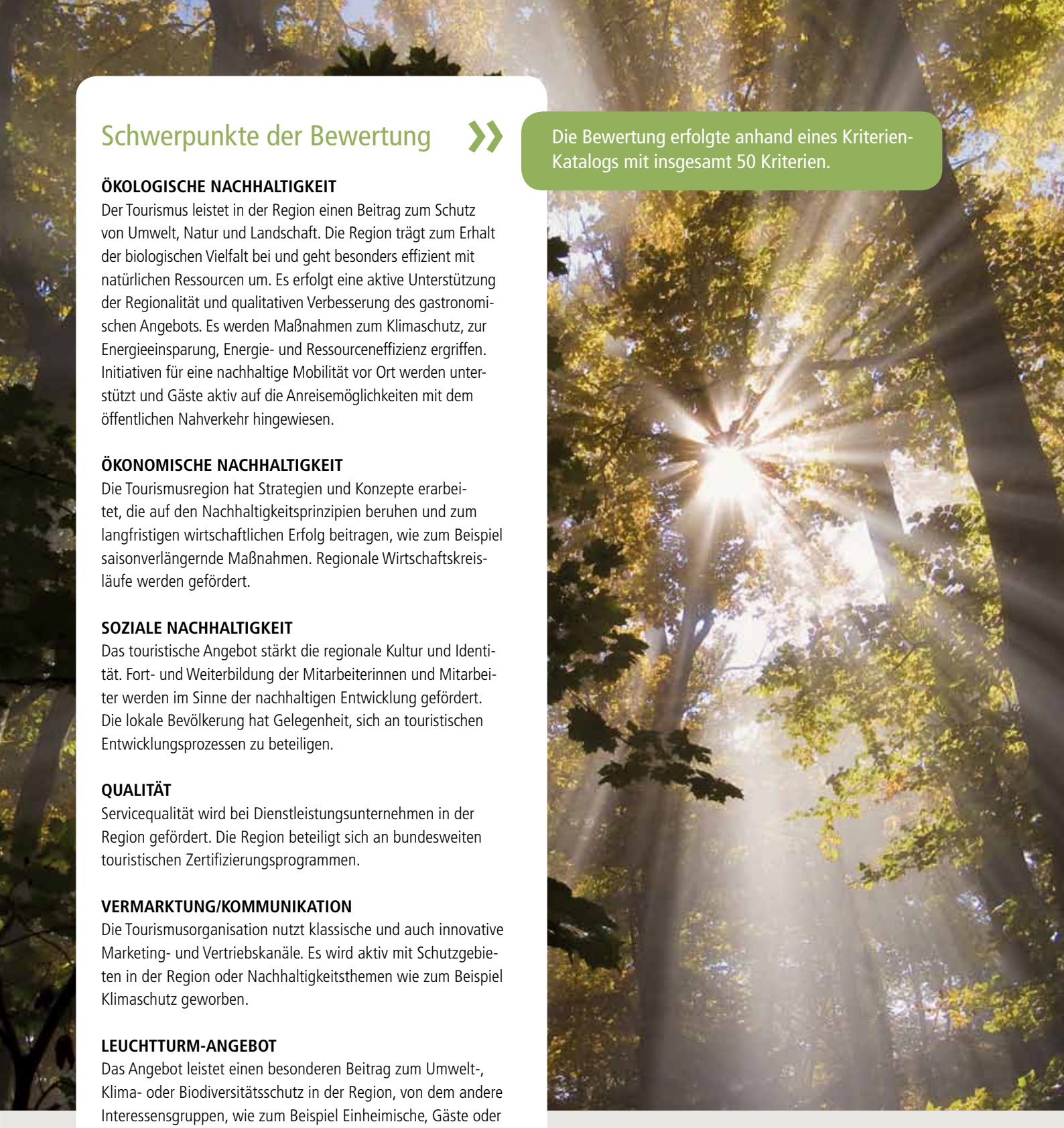
Alle eingereichten Bewerbungen wurden anhand eines von der Bewerberregion ausgefüllten Fragenkatalogs gesichtet und auf der Grundlage eines Bewertungsschemas mit festgelegten Indikatoren beurteilt. Aus den Bewerbungen wurden die zehn besten Regionen sowie der Sonderpreisträger Biodiversität ermittelt.

» Bereisung der Finalisten

Die fünf Bewerberregionen mit der höchsten Gesamtpunktzahl wurden von einer unabhängigen Expertenjury aus neun Vertretern verschiedener Institutionen bereist. Die Jurymitglieder wurden vom DTV berufen. Die Regionen erhielten die Möglichkeit, ihr Engagement für einen nachhaltigen Tourismus sowie das eingereichte Leuchtturm-Angebot zu präsentieren. Die Jury verbrachte jeweils einen Tag in der Region, um sich mit den Tourismusakteuren auszutauschen, die Initiativen zum Thema Nachhaltiger Tourismus vor Ort zu prüfen sowie den Modellcharakter und Innovationsgrad eines konkreten touristischen Angebotes im Vergleich zu beurteilen. Abschließend wurde jede Finalistenregion von der Expertenjury anhand der Bewertungskriterien in einem einstimmigen Verfahren erneut bewertet.

» Feierliche Preisverleihung in Berlin

Nach der Bereisung erfolgte die Endauswahl durch die Expertenjury. Am 13. Mai 2013 wurden alle Preisträger des Bundeswettbewerbs Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13 im Rahmen einer gut besuchten, feierlichen Veranstaltung für ihr herausragendes Engagement hinsichtlich eines nachhaltigen Tourismus in Deutschland ausgezeichnet. Die Ehrung in Berlin übernahmen Bundesumweltminister Peter Altmaier und der Präsident des Deutschen Tourismusverbandes, Reinhard Meyer.



Schwerpunkte der Bewertung

Die Bewertung erfolgte anhand eines Kriterien-Katalogs mit insgesamt 50 Kriterien.

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT
Der Tourismus leistet in der Region einen Beitrag zum Schutz von Umwelt, Natur und Landschaft. Die Region trägt zum Erhalt der biologischen Vielfalt bei und geht besonders effizient mit natürlichen Ressourcen um. Es erfolgt eine aktive Unterstützung der Regionalität und qualitativen Verbesserung des gastronomischen Angebots. Es werden Maßnahmen zum Klimaschutz, zur Energieeinsparung, Energie- und Ressourceneffizienz ergriffen. Initiativen für eine nachhaltige Mobilität vor Ort werden unterstützt und Gäste aktiv auf die Anreisemöglichkeiten mit dem öffentlichen Nahverkehr hingewiesen.

ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT
Die Tourismusregion hat Strategien und Konzepte erarbeitet, die auf den Nachhaltigkeitsprinzipien beruhen und zum langfristigen wirtschaftlichen Erfolg beitragen, wie zum Beispiel saisonverlängernde Maßnahmen. Regionale Wirtschaftskreisläufe werden gefördert.

SOZIALE NACHHALTIGKEIT
Das touristische Angebot stärkt die regionale Kultur und Identität. Fort- und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden im Sinne der nachhaltigen Entwicklung gefördert. Die lokale Bevölkerung hat Gelegenheit, sich an touristischen Entwicklungsprozessen zu beteiligen.

QUALITÄT
Servicequalität wird bei Dienstleistungsunternehmen in der Region gefördert. Die Region beteiligt sich an bundesweiten touristischen Zertifizierungsprogrammen.

VERMARKTUNG/KOMMUNIKATION
Die Tourismusorganisation nutzt klassische und auch innovative Marketing- und Vertriebskanäle. Es wird aktiv mit Schutzgebieten in der Region oder Nachhaltigkeitsthemen wie zum Beispiel Klimaschutz geworben.

LEUCHTTURM-ANGEBOT
Das Angebot leistet einen besonderen Beitrag zum Umwelt-, Klima- oder Biodiversitätsschutz in der Region, von dem andere Interessensgruppen, wie zum Beispiel Einheimische, Gäste oder regionale Akteure, profitieren können. Das Angebot hat die Region überregional bekannt gemacht.

THEMENSCHWERPUNKT BIODIVERSITÄT
Die Region erbringt vorbildliche Leistungen zum Schutz der biologischen Vielfalt durch Maßnahmen wie den Erhalt von Natur- und Kulturlandschaft, die Unterstützung der Arbeit in und Kooperation mit Schutzgebieten, die Entwicklung von Naturerlebnisangeboten, die Förderung von Umwelt- und Naturbildung und den Beitrag zum Arten- und Biotopschutz.

SIEGERREGION

Stefan Zierke,
tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH

Wieso hat sich die tmu an dem Bundeswettbewerb beteiligt?

Wir haben in den letzten Jahren ein tolles Netzwerk mit Partnern geschaffen, die nicht nur ein touristisches Produkt verkaufen, sondern das Thema Nachhaltigkeit auch selbst leben. Dieses Engagement wollten wir mit der Teilnahme am Wettbewerb würdigen und außerdem zeigen, welch großes Potential in der Naturtourismusregion Uckermark steckt.

Warum ist für Sie nachhaltiger Tourismus wichtig?

Die uckermärkische Natur ist unsere „Geschäftsgrundlage", ihr Erhalt für eine langfristig erfolgreiche Tourismusentwicklung daher unabdingbar. Die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe trägt dazu bei, Arbeitsplätze in der strukturschwachen Region zu erhalten, neue Perspektiven zu schaffen, Abwanderung zu verhindern und damit einen Beitrag zur Verbesserung der Lebenssituation der Menschen zu leisten.

Das gefiel der Jury:

- Die Region hat Nachhaltigkeit trotz schwieriger Bedingungen wie dem Bevölkerungsrückgang als Chance verstanden.
- Das Kernangebot umfasst Klimafreundlichkeit sowie das Erleben von Natur und Landschaft.
- Schutzgebiete, touristische Anbieter und die Bevölkerung achten schon im Vorfeld ihres eigenen Handelns auf Nachhaltigkeit und ziehen an einem Strang.
- Mit geringen finanziellen Mitteln wird die Natur als Grundkapital für die Lebensqualität und einen erfolgreichen Tourismus geschützt.
- *Jury-Empfehlung:* Verkostung von handgemachten Säften und Weinen in Kraatz

UCKERMARK

Entschleunigung pur! Als eines der am dünnsten besiedelten Gebiete Deutschlands bietet die Uckermark beste Bedingungen für Ruhe und Erholung. In der brandenburgischen Region Uckermark steht das Erleben von Natur im Vordergrund. Über 60 Prozent der Fläche sind als „Nationale Naturlandschaften" geschützt. Hierzu gehören der Nationalpark Unteres Odertal – Deutschlands einziger Auen-Nationalpark –, das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin mit dem Buchenwald Grumsin als Teil des Weltnaturerbes Buchenwälder und der Naturpark Uckermärkische Seen mit Anschluss an die Mecklenburgische Seenplatte. Ideale Bedingungen, um in der Natur die Seele baumeln zu lassen.

Fokus Klimaschutz

Die Tourismus Marketing Uckermark GmbH setzt bei ihren Aktivitäten auf eine Vernetzung von touristischen Anbietern mit Nachhaltigkeitsbewusstsein. Die Initiative „Klimafreundliche Uckermark" bündelt nachhaltig agierende Tourismusanbieter in der Uckermark. Um zum Netzwerk zu gehören, muss ein Katalog mit Nachhaltigkeitskriterien erfüllt werden. Anhand konkreter Daten weisen die Anbieter nach, dass sie den Nachhaltigkeitsgedanken in ihrer Unternehmensphilosophie verankert haben. Dazu zählen beispielsweise Mitarbeiterschulungen zum Klimaschutz, die Nutzung von Ökostrom oder eine eigene Energieerzeugung, die Motivation der Gäste zu einer autofreien Anreise sowie die Herstellung regionaler Produkte wie Saft und Cidre aus Früchten von heimischen Streuobstwiesen.
Die klimaneutralen Anbieter gleichen unvermeidbare Emissionen direkt in der Region aus. Mit dem Projekt „Moor-Futures" findet die Kompensation anschaulich vor Ort statt: durch die Wiedervernässung von Moorflächen unter anderem im Naturpark Uckermärkische Seen.

Vernetzung der Akteure

Ein weiteres Netz von Unternehmen bildet die Regionalmarke UCKERMARK, welche die Uckermark als starken Lebens-, Wirtschafts-, Kultur- und Naturraum präsentiert. Die Marke stellt die Herkunftsregion in den Mittelpunkt und will deren Bekanntheit weiter steigern.
Zusätzlich zur Regionalmarke bestehen enge Kooperationen zwischen Tourismus und Naturschutz. In Beiräten werden touristische Projekte abgestimmt und die Naturschutzbelange berücksichtigt. Dieser Schulterschluss schafft eine enge Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Interessensgruppen und ermöglicht eine kooperative Ergebnisfindung.

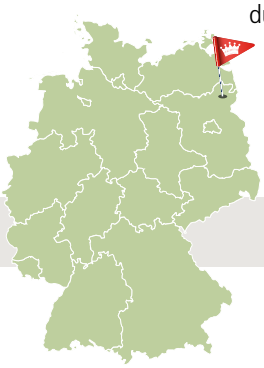
Regionale Veranstaltungen

In Kombination mit der naturbelassenen Landschaft und der Geschichte der Region sorgen eine Vielzahl von kulturellen Angeboten und Veranstaltungen für einen abwechslungsreichen Urlaub. Gäste können in einem der zahlreichen Ateliers auf Spurensuche gehen, Theateratmo-

sphäre unter freiem Himmel spüren oder sich dem Kulturgenuss in altehrwürdigen Klostermauern hingeben. Besucherzentren und Angebote zertifizierter Naturführer machen darüber hinaus die Naturlandschaft erlebbar. Eigens für Gäste aufbereitete Veranstaltungen zu Naturschauspielen wie zum Beispiel die Kranichwoche, die Singschwantage oder die Flussauenwochen verknüpfen gekonnt Natur und Erlebnis über das gesamte Jahr hinweg.

Nachhaltige Mobilität

Die Uckermark setzt auf ein breit angelegtes Mobilitätskonzept. Beispiele sind der UckermarkShuttle und der Biberbus. Der UckermarkShuttle verbindet die Städte und Dörfer der Uckermark und bietet zahlreiche Möglichkeiten, die Region auch ohne Auto zu erkunden. Der Biberbus verbindet darüber hinaus seit mehr als zehn Jahren von April bis Oktober im Zwei-Stunden-Takt die Stadt und den Bahnhof Angermünde mit dem NABU Informationszentrum Blumberger Mühle und weiteren Ausflugszielen der Region. Die Mobilitätsangebote motivieren Gäste, auf das Auto zu verzichten und den Nahverkehr zu nutzen. Optimalerweise findet in diesem Sinne bereits eine An- und Abreise mit der Bahn, zum Beispiel im Rahmen des Angebots „Fahrtziel Natur", statt. Hierdurch können weitere Emissionen durch ein vermindertes Verkehrsaufkommen eingespart werden.



LEUCHTTURM-ANGEBOT

Eselwandern in der Uckermark

Das Reisearrangement „Eselwandern in der Uckermark" bietet Entschleunigung und Naturnähe pur. Während einer dreitägigen Reise für zwei bis fünf Personen wird die Natur mit einem Esel als Begleiter erkundet. Die Touren beinhalten den Esel inklusive Tragegeschirr, Informationsmaterialien über die Route und Picknick-Utensilien. Auf einen Tourenführer wird hierbei bewusst verzichtet. Übernachtungen erfolgen in familiengeführten Unterkünften mit Halbpension und einer Verpflegung aus vorwiegend regionalen Speisen und Getränken. Das Angebot existiert in dieser Art seit 2007. Die Wanderungen führen durch das Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin und die Uckerseenregion. Es gibt acht Übernachtungsstationen – kleine Familienbetriebe, die eine authentische und gemütliche Atmosphäre bieten.

Weitere Informationen unter:
www.wanderninbrandenburg.de

Weitere Informationen zur Siegerregion Uckermark unter: **www.tourismus-uckermark.de**

FINALIST

ALLGÄU

Bergidylle und Aktivparadies. Das Allgäu mit seinem hügeligen Voralpenland und den Allgäuer Alpen gilt schon längst nicht mehr als Geheimtipp unter den Aktivreisenden. Doch damit gibt sich die Destination nicht zufrieden – so möchte sie sich in Zukunft als Deutschlands führende, vielfältig alpin geprägte Gesundheits- und Wohlfühldestination etablieren.

Nachhaltige Markenstrategie

Im Jahr 2009 richtete das Allgäu seine Markenstrategie neu aus. Nun ist die Vergabe des offiziellen Markenzeichens – das blaue Allgäu-Logo – direkt an Kriterien der Nachhaltigkeit gekoppelt. Möchte ein Betrieb Markenpartner werden, so müssen Kriterien der Nachhaltigkeit in den Bereichen Ökologie, Soziales und Ökonomie mit über 30 Indikatoren erfüllt werden. Hierbei können sich neben touristischen und tourismusnahen Betrieben unter anderem auch Akteure aus Landwirtschaft und Energiewirtschaft sowie Städte und Gemeinden als Markenpartner zertifizieren lassen.
Bei der Vergabe des Markenzeichens gibt es keine Abstufungen oder Zusatzsiegel; sämtliche Markenpartner stellen sich den gleichen Anforderungen. Sie müssen jährlich über ihre Aktivitäten berichten und werden stichprobenartig kontrolliert.

Fokus Naturschutz

Der Naturpark „Nagelfluhkette" engagiert sich im Bereich der Besucherlenkung und Erlebnisinszenierung von Natur im Allgäu. Die Kampagne „Respektiere deine Grenzen" klärt beispielsweise Natursportler über den Erhalt der Lebensräume wildlebender Tiere auf. Darüber hinaus setzt der Naturpark auf die Zusammenarbeit der touristischen Betriebe und den Aufbau von Know-how im Naturschutz für regionale Akteure. Ziel ist es, in gemeinsamer Absprache das touristische Angebot an die Belange des Naturschutzes anzupassen.
Im Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen ist seit 2003 ein hauptberuflicher Gebietsbetreuer des Landesbundes für Vogelschutz in Bayern im Einsatz, der beispielsweise Touren zur Steinadlerbeobachtung und andere Exkursionen anbietet. Außerdem berät er Besucher/innen zum Schutzbedarf der dort lebenden Tier- und Pflanzenwelt. Damit werden Konflikte zwischen Tourismus und Naturschutz schon im Vorfeld verhindert.
Ein weiteres Naturschutzprojekt, die „Allgäuer Moorallianz", setzt sich explizit für den Schutz der Moore ein. Besucher/innen können konkrete, auf Nachhaltigkeit ausgelegte Aktivitäten erleben, wie zum Beispiel eine Radtour entlang der „Allgäuer Moor-Radrunde" oder Rundgänge mit geschulten „Moor-Erlebnisführern". Diese

Das gefiel der Jury:

- Nachhaltigkeit wird als Grundsatz einer modernen Markenführung verstanden und von den Akteuren entsprechend eingefordert.
- Ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess für die Träger der Marke Allgäu schafft Visionen und ein langfristiges Denken.
- Der Naturpark Nagelfluhkette zeigt ein professionelles und partnerschaftliches Engagement in der Region.
- Das breit ausgebaute E-Bike-Netz und umweltschonende Mobilitätsangebote wie Bad Hindelang PLUS oder Oberstaufen PLUS ermöglichen einen Urlaub ohne Auto.
- *Jury-Empfehlung:* mit dem E-Bike entlang der Nagelfluhkette

Aktivitäten sensibilisieren die Gäste für den Schutz und Erhalt der Moore.

Nachhaltige Mobilität

Das Allgäu verfügt über ein gut ausgebautes Bahnnetz, welches Fahrten und die Anreise in der gesamten Region mit der Bahn ermöglicht.
Lokale Initiativen fördern zudem umweltschonende Fortbewegungsmittel, so die Gästekarten „Bad Hindelang PLUS" und „Oberstaufen PLUS" mit einer kostenlosen Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs. Durch diese PLUS-Karten wird ein Anreiz geschaffen, das eigene Auto stehen zu lassen. Dadurch werden Emissionen verringert und die Umweltbelastung durch den Verkehr vor Ort minimiert. Darüber hinaus ist das Allgäu eine E-Bike-Region. Dies ist nicht nur umweltschonend, sondern ermöglicht es auch älteren, untrainierten oder mobilitätseingeschränkten Personen, die Natur zu erkunden und sich dabei sportlich zu betätigen. Momentan gibt es knapp 350 E-Bikes zum Verleih im Allgäu, die von Oberstdorf bis Bad Wörishofen und vom Bodensee bis Füssen bereitstehen. Dabei steht den Gästen ein Verleihnetz von ca. 150 Akkuwechselstationen zur Verfügung, und somit sind auch längere Radtouren möglich.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

„faszinatour – Nachhaltigkeit führt weiter"

Die Eventagentur faszinatour bietet das nachhaltige erlebnispädagogische Angebot „Outdoor führt weiter" an. Anhand von ein- oder mehrtägigen Projekten, in denen beispielsweise Schutzwald gepflanzt oder natürliche Habitate seltener Tiere verbessert werden, erleben die Teilnehmer aktiv die Zusammenhänge und Dimensionen, die für den Begriff Nachhaltigkeit stehen. Unter Anleitung von Experten realisieren die Teilnehmer diese Projekte selbst und nehmen wichtige Erfahrungen im Zusammenhang mit sozialen und ökologischen Themen mit.
Im Vorfeld wird dafür gesorgt, dass die Arbeiten einen dauerhaften Nutzen und einen positiven Effekt haben. Dazu wird mit den Bayerischen Staatsforsten als Grundbesitzer zusammengearbeitet, um die Art und Durchführung der Arbeitseinsätze zu regeln. Die dafür notwendigen Flächen werden dauerhaft zur Verfügung gestellt. Förster und Biologen garantieren die ökologische Sinnhaftigkeit der Arbeiten. Auch der Naturpark Nagelfluhkette e.V. und der Bund Naturschutz in Bayern e.V. unterstützen die Durchführung der Projekte.

Weitere Informationen unter: www.faszinatour.eu

Weitere Informationen zur Finalisten-Region Allgäu unter: **www.allgaeu.info**

FINALIST

NATIONALPARKREGION BAYERISCHER WALD

Unberührte Natur, Ursprünglichkeit und Herzlichkeit – dafür steht die Nationalparkregion Bayerischer Wald. Hier können Gäste naturgegebene Schönheiten bestaunen, in eine ursprüngliche Tierwelt eintauchen und die Landschaft mit allen Sinnen und aus verschiedenen Perspektiven erleben. Die Urlaubsangebote der Nationalparkregion sind vor allem auf Natururlaub und Wandern im und am Nationalpark sowie ein umfangreiches Bildungs- und Erlebnisangebot ausgerichtet.

Fokus Naturverträglichkeit

Mit der Vermarktungsstrategie „Tierisch Wild" erfolgt bereits seit 2008 eine Ausrichtung auf einen nachhaltigen Tourismus in der Nationalparkregion. Ausschließlich naturverträgliche Aktivitäten werden in dieser Kampagne unterstützt. Eine geschickte Besucherlenkung soll darüber hinaus hohe Besucherzahlen, Naturgenuss und Naturschutz in Einklang bringen.

Für das Projekt „Tierisch Wild" erfolgten Investitionen in Naturerlebniseinrichtungen wie den Baumwipfelpfad, und es wurden neue buchbare Angebote wie zum Beispiel die Bayerwaldexpeditionen eigens entwickelt. Hierdurch konnten die Zusammenarbeit und Verknüpfung der Gemeinden gestärkt werden.

Jede der elf Partnergemeinden von „Tierisch Wild" übernimmt symbolisch die Patenschaft für ein heimisches, im Nationalpark vorkommendes Wildtier. Die Auswahl des Tieres steht dabei im engen Zusammenhang mit der Geschichte oder der natürlichen Gegebenheit des jeweiligen Ortes.

Der Natur- und Artenschutz genießt in der Nationalparkregion einen hohen Stellenwert. Neben der intensiven Zusammenarbeit der Tourismusakteure mit der Nationalparkverwaltung und dem Naturpark werden von den Touristikern konkrete Beiträge zum Naturschutz geleistet. So wurden verschiedene Ortsprojekte wie ein Fledermausspielplatz, ein Luchspfad oder ein Bärenpfad mit Informationen über bedrohte Tierarten und Maßnahmen zum Schutz dieser Tiere geschaffen. Bei Festen zu Patentieren und bei Führungen der Gemeinden werden die Gäste umfangreich über Natur- und Artenschutzthemen informiert und für deren Erhalt sensibilisiert.

Nationalpark-Partner

Die Nationalparkregion führt bereits seit 2006 die Initiative der „Nationalpark-Partner" durch. Die rund 70 Partner treten als Botschafter der Nationalpark-Idee auf, kennen das Angebot des Nationalparks und informieren ihre Gäste darüber. Aufnahmekriterien zur Kooperation sind der Nachweis der Teilnahme an der DEHOGA-Energiesparkampagne sowie eine Umweltzertifizierung wie das Bayerische Umweltsiegel, die Viabono Zertifizierung oder ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem. Bei Fortbildungsveranstaltungen der Nationalparkverwaltung werden die Betriebe

Das gefiel der Jury:

- Die Artenvielfalt wird anhand der Kampagne „Tierisch Wild" kreativ aufbereitet und schafft eine Sensibilisierung für Gäste und Einheimische.
- Gemeinden identifizieren sich mit dem Nationalpark durch Patenschaften der Orte für ein heimisches, wild lebendes Tier.
- 70 Nationalpark-Partner tragen den Nationalparkgedanken nach außen.
- Elektromobilitätskonzepte schaffen Impulse für eine insgesamt nachhaltige Mobilität in der Region.
- *Jury-Empfehlung:* Besuch des Baumwipfelpfades und des Tierfreigeheges im Nationalpark Bayerischer Wald

regelmäßig zu Themen wie Natur- und Umweltschutz, Artenschutz, Naturerlebnis sowie nachhaltige Tourismusentwicklung geschult. Die touristischen Betriebe bauen so Wissen über diese Themen auf und können dieses an ihre Gäste vermitteln.

Nachhaltige Mobilität

Die Nationalparkregion legt großen Wert auf einen umweltschonenden Gästeverkehr. Der öffentliche Nahverkehr ist mit den angrenzenden Verbundtarifen und den Wander- und Radwegen verknüpft; Touristiker und Anbieter arbeiten zusammen und bewerben bei den Gästen die Nutzung des regionalen Nahverkehrs mit allen Vorteilen. Die Bahnlinien verkehren im Stundentakt, die Igelbusse bzw. Skibusse im Winter verbinden im 30-Minuten-Takt kleinere Orte, grenzüberschreitende Verbindungen ermöglichen einen Anschluss an die „Grünen Busse" im benachbarten Nationalpark Šumava, und mit Gästekarten wie der Nationalpark-CARD und dem GuTi bewegen sich Gäste kostenlos durch die Region. 2008 wurde das Mobilitätskonzept mit dem „Bayerischen ÖPNV-Preis" sowie 2009 mit dem „Fahrtziel Natur Award" prämiert. Durch das anlaufende Projekt „E-Wald" wird seit 2013 die Elektromobilität mit dem Aufbau von regenerativen Tank- und Ladestellen in der Region und somit die umweltschonende Mobilität weiter ausgebaut.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

„Tierisch Wild – Familiensafari"

„Die Tierisch Wild – Familiensafari" ist eine einwöchige Entdeckungsreise durch die Nationalparkregion Bayerischer Wald für die gesamte Familie. Das Arrangement beinhaltet sechs Übernachtungen für bis zu vier Personen in einer Ferienwohnung in einem der „Tierisch Wild"-Orte. Dazu kommen eine Führung in einem Tierfreigelände mit einem Ranger, Eintritte für den Baumwipfelpfad, in ein Erlebnisbad sowie in die Indoor-Erlebniswelt Babalu und ein „Tierisch Wild"-Geschenk. Die Familien erhalten bei der Ankunft die Nationalpark-CARD. Diese Karte beinhaltet ein Netzwerk an Leistungen und Vergünstigungen und ermöglicht die kostenlose Nutzung aller ÖPNV-Systeme in der Nationalparkregion. Die „Tierisch Wild – Familiensafari" ist seit 2010 im Programm und kann in allen Gemeinden, aber auch direkt in einem Hotel, einer Pension, einer Ferienwohnungs-Anlage oder auch bei einem Bauernhof gebucht werden.

Weitere Informationen unter:
www.tierisch-wild.com/angebote-fuer-familien.html

Weitere Informationen zur Nationalparkregion Bayerischer Wald unter: **www.nationalparkregion.de**

FINALIST

NORDSEEINSEL JUIST

Auf der Nordseeinsel Juist herrscht ein anderes Zeitgefühl. Alle Transporte werden zu Fuß, mit dem Rad oder der Kutsche erledigt, die Geschwindigkeit ist deutlich langsamer als auf dem Festland. Gäste und Einheimische befinden sich stets in der Nähe des 17 Kilometer langen und bis zu 100 Meter breiten Strands – überall sind das Salz in der Luft und das Rauschen des Meeres wahrnehmbar. Die Ostfriesische Insel ist als Teil des Nationalparks Niedersächsisches Wattenmeer und des UNESCO Weltnaturerbes Wattenmeer zu über 80 Prozent geschützt. Nicht zuletzt wegen der beachtlichen Artenvielfalt: Auf der Insel ist knapp ein Viertel der deutschen Tier- und Pflanzenwelt heimisch.

KlimaInsel Juist

Die Nordseeinsel möchte bis 2030 klimaneutral werden. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, existiert seit 2008 ein Maßnahmenplan, der bereits teilweise umgesetzt ist. Im Jahr 2010 wurden beispielsweise ein Klima-Fußabdruck für circa 120 Betriebe erstellt und die Hauptverursacher von klimaschädlichen Emissionen ermittelt. Weitere Maßnahmen sind die Nutzung von Ökostrom oder der klimaneutrale Druck und Versand von Werbemitteln. Für touristische Anbieter gibt es unter anderem kostenfreie Energieberatungen und bei Nutzung regenerativer Energiequellen einen Piktogramm-Eintrag im Werbekatalog.
Im Jahr 2012 erhielt die Insel für ihre Bestrebungen die Auszeichnung des Green Globe Highest Achievement Awards für Destinationen mit der höchsten Punktzahl aller zertifizierten Destinationen weltweit. Darüber hinaus wurde Juist mit dem Klima-Verdienstkreuz der Klimahotels ausgezeichnet und erhielt das Qualitätssiegel „Werkstatt N" des Rates für Nachhaltige Entwicklung der Bundesregierung.

Naturverträglichkeit

Ungefähr 70 Prozent der Fläche von Juist liegen im Nationalpark Niedersächsisches Wattenmeer. Für den Tourismus werden zum Schutz dieser Flächen keine neuen Baugebiete mehr ausgewiesen. Touristische Aktivitäten finden nicht in der Ruhezone oder der Schutzzone statt. Einzige Ausnahme sind Führungen des Nationalpark-Hauses, zum Beispiel zu den Themen Watt und Vogelkunde. Diese ermöglichen den Gästen auch einen Besuch der sensiblen Zonen, um sie mit den spezifischen Arten des Lebensraumes „Wattenmeer" vertraut zu machen. Ein weiteres Beispiel der gezielten Besucherlenkung stellt der Holzsteg des Otto-Leege-Pfades dar. Dieser führt durch geschütztes Gebiet und wurde eng mit den entsprechenden Naturschutzbehörden und der Nationalparkverwaltung abgestimmt und naturverträglich errichtet.
Ein Energiespartag im Juister Rathaus sollte verborgenen Stromfressern auf die Spur kommen und Wege aufzeigen, wie sie wirksam und dauerhaft ausgeschaltet werden können. Hierzu wurden gemeinsam mit Energieexperten der

Das gefiel der Jury:

- Die Insel zeigt ein erstaunliches Engagement im Bereich des Umwelt- und Klimaschutzes mit dem Projekt „KlimaInsel Juist".
- Im Jahr 2010 ließen 120 Betriebe einen CO_2-Fußabdruck erstellen und ihre Emissionen ermitteln.
- Zahlreiche Maßnahmen wie kostenfreie Energieberatungen für touristische Anbieter machen die Insel zum Vorreiter für Klimaschutz.
- Der Otto-Leege-Pfad ist ein gelungenes Beispiel für eine professionelle und informative Besucherlenkung.
- Die Kampagne „Plastikfreies Juist" schafft sowohl für Einheimische als auch für Besucher/innen ein Bewusstsein für Abfallvermeidung.
- *Jury-Empfehlung:* das Nationalparkhaus mit seinen spannenden Ausstellungen zum Wattenmeer

Bremer EnergieEffizienz GmbH alle elektrischen Geräte gemessen und entsprechend optimiert. Viele kleine Energiesparmaßnahmen haben eine große Wirkung erzielt: 10 bis 15 Prozent der Energiekosten konnten im Juister Rathaus eingespart werden.
Seit 2011 führt die Kurverwaltung in Zusammenarbeit mit Gastronomen die Aktion „Donnerstag ist Veggietag" durch. Hier wird auf die hohe CO_2-Belastung durch die Rindfleischproduktion und einhergehende weltweite knappe Getreide- und Futtermittelversorgung hingewiesen und der Trend zu vegetarischen Gerichten verfolgt. Allen teilnehmenden Betrieben wird eine Extraspeisekarte mit dem Logo der KlimaInsel Juist zur Verfügung gestellt. Sie können ihr eigenes Logo und besondere vegetarische Gerichte eindrucken und haben sich verpflichtet, diese Speisekarte donnerstags auszulegen.

Abfallvermeidung

Durch die Kampagne „Plastikfreies Juist", in Kooperation mit dem BUND und der Nationalparkverwaltung, leistet die Inselgemeinde einen konkreten Beitrag zum Natur- und Umweltschutz vor Ort. Im Rahmen dieses Projektes finden Strandsäuberungen statt, und es werden Container am Strand aufgebaut, damit Gäste und Juister den gesammelten Müll direkt entsorgen können. Gemeinsam mit dem Einzelhandel wird darüber hinaus versucht, Plastikmüll in Form von Tüten zu vermeiden.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

Kinderuniversität „Klimawandel"

Was ist eigentlich der Treibhauseffekt, wer ist schuld am Klimawandel – und wer muss den Schlamassel am Ende ausbaden? Bei der Kinderuniversität „Klimawandel" werden wissenschaftliche Erkenntnisse kindgerecht und unterhaltsam vermittelt sowie Antworten und Erklärungen interaktiv erarbeitet.
Die Kinderuniversität ist ein Urlaubs-Bildungsangebot für Kinder und Jugendliche, bei dem es ausschließlich um Klima- und Umweltschutz geht. Das Angebot ist auch als „Ferienpass-Aktion" für Kinder aus Juist gedacht. So können Gäste- und Inselkinder für den Klima- und Umweltschutz sensibilisiert werden – und letztendlich werden über die Kinder auch deren Eltern für das Thema Nachhaltigkeit erreicht.

Weitere Informationen unter: www.juist.de/inselurlaub/natur-klimainsel/klimainsel-juist/kinderuni-zum-klimawandel.html

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

FINALIST

SCHWARZWALD

Der Wechsel von sonnigen Rebhängen im Weinland Baden, dunklen Wäldern und Aussichtsgipfeln in Deutschlands höchstem Mittelgebirge und der offenen Hügellandschaft der Baar im Osten prägt das Landschaftsbild. Hochmoore und Badeseen, Kletterfelsen und Obstbaumwiesen, die Weinberge und der Kaiserstuhl im Oberrheintal gehören ebenso zum Schwarzwald wie breite Täler, enge Schluchten, sonnige Bergkuppen sowie 320 Städte und kleinere Ortschaften.
Das Urlaubs- und Freizeitangebot in der Region umfasst das aktive Naturerleben, familienfreundliche Angebote, Wandern, Nordic Walking, Radfahren und Mountainbiking, regionaltypische und internationale Wellness-Angebote, regionale Küche und Schwarzwälder Gastlichkeit.

Service-Qualität

Bereits 1997 wurde im Südschwarzwald mit der Service-Initiative und im Nordschwarzwald mit der Service-Offensive ein Vorläuferprojekt zur „ServiceQualität Deutschland" ins Leben gerufen. Aus diesen Initiativen ist die „ServiceQualität Baden-Württemberg" und später die „ServiceQualität Deutschland" entstanden. Die Schwarzwald Tourismus GmbH führte als Modellregion bereits 1999 das Qualitätssiegel „ServiceQ" in Deutschland ein.
In allen drei Qualitätsstufen der Initiative „ServiceQualität Deutschland" stellt der Schwarzwald in Baden-Württemberg die Mehrzahl aller zertifizierten Betriebe. Es werden zahlreiche Seminare zur Weiterbildung und Qualitätssicherung sowie Mystery Checks für Betriebe und Gemeinden angeboten.

Umweltfreundliche Angebote

17 EMAS-Hotels, drei nach ISO-14001 zertifizierte Hotels, 14 Ökocampingplätze, neun Viabono-Hotels, sechs Bioenergiedörfer und sieben von der Deutschen Umwelthilfe ausgezeichnete Solarkommunen sind klare Belege für die auf Nachhaltigkeit zielenden Qualitätsinitiativen im Schwarzwald.
Die Ferienregionen der Bergwelt Südschwarzwald kommunizieren darüber hinaus aktiv klimafreundliche und klimaneutrale touristische Betriebe aus der Region.
Durch das Angebot „Grüner Urlaub" der Schwarzwald Tourismus GmbH wird auf eine umweltfreundliche Ökostrom-Anreise mit der Bahn gesetzt und es werden Übernachtungen in umweltzertifizierten Betrieben sowie die Nutzung von nachhaltigen Fortbewegungsmitteln wie E-Bikes und Segways beworben.

Nachhaltige Mobilität

Der Schwarzwald gilt als eine Vorreiterregion für nachhaltige Mobilität. Das Pilotprojekt „Zukunftsmobilität für Schwarzwaldurlauber" ermöglicht beispielsweise Gästen im Urlaub den Praxistest mit Elektroautos und Erdgas-

Das gefiel der Jury:

- Die Bedeutung von Nachhaltigkeit spiegelt sich durch die Vielzahl an zertifizierten touristischen Betrieben und Bioenergiedörfern in der Region wider.
- Im Schwarzwald kann der Gast sich mühelos mit dem öffentlichen Nahverkehr und in Verbindung mit weiteren nachhaltigen Mobilitätsangeboten fortbewegen.
- Die Region identifiziert sich mit ihrem authentischen Brauchtum und pflegt ihre regionale Identität.
- Initiativen zur Verwendung saisonaler Erzeugnisse aus der Region schaffen Impulse zur lokalen Wertschöpfung und fördern nachhaltige Wirtschaftskreisläufe.
- *Jury-Empfehlung:* das Haus der Natur auf dem Feldberg mit seiner interaktiven Ausstellung

Fahrzeugen. Daraus entstanden diverse E-Mobilitätsangebote wie die Bereitstellung von E-Smarts für Inhaber der Hochschwarzwald Card.
Für E-Bike-Fahrer gibt es in der Ferienregion ein großes Netz von über 200 Verleih-, Akkulade- und Akkutauschstationen. Der 280 Kilometer lange Schwarzwald-Panoramaradweg ist in seiner ganzen Länge auch auf E-Biker ausgerichtet. Mit Unterstützung der Elektromotoren können auch weniger trainierte Tourenradler die Panoramaroute auf der Ostseite des Mittelgebirges intensiv genießen.

Regionales Bewusstsein

Der Tourismus trifft im Schwarzwald auf ein ausgeprägtes kulturelles Bewusstsein und die Pflege regionaler Identitäten. Dadurch kann das touristische Angebot auf ein authentisches Brauchtum, eine identitätsprägende Geschichte und auf zahlreiche Feste zurückgreifen. Hierzu zählen Fastnachts- und Feiertagsbräuche, Heimat- und Trachtenfeste mit dem bekannten Bollenhut sowie Musiktage und Mundart-Theater.
Fast 90 „Naturparkwirte" und über 40 Mitglieder der Wirtevereinigung „Kulinarischer Kaiserstuhl" stehen für die Verwendung saisonaler Erzeugnisse aus der Region. Das Label „Echte Gastlichkeit" kennzeichnet darüber hinaus Betriebe, die das Genusserlebnis Schwarzwald in den Vordergrund stellen.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

KONUS-Gästekarte

Wer mindestens eine Übernachtung bei einem von inzwischen mehr als 10.000 Gastgebern in 139 Ferienorten im Schwarzwald bucht, kommt in den Genuss der KONUS-Karte, des Freifahrttickets für Busse und Bahnen in der gesamten Ferienregion Schwarzwald. Dadurch können Gäste spätestens nach der Ankunft ihr Auto stehen lassen und für die Dauer des Aufenthaltes kostenfreie Angebote von neun Verkehrsverbünden nutzen. Unter den mehr als 10.000 KONUS-Gastgebern sind mehr als 80 Prozent aller gewerblichen Übernachtungsbetriebe. Die KONUS-Gästekarte wird immer häufiger mit der klimafreundlichen An- und Abreise durch das ermäßigte RIT-Ticket kombiniert und bildet damit einen großen Anreiz zur Nutzung der nachhaltigen Mobilität im Schwarzwald. Darüber hinaus entwickeln Gemeinden und touristische Anbieter Wanderangebote, die an Bahnhöfen beginnen und enden beziehungsweise auf die örtlichen Fahrpläne abgestimmt sind, um somit die nachhaltige Urlaubsgestaltung noch weiter zu vereinfachen.

Weitere Informationen unter:
www.schwarzwald-tourismus.info/Service/konus

Weitere Informationen zur Finalisten-Region Schwarzwald unter: **www.schwarzwald-tourismus.info**

SONDERPREIS

GEWINNER SONDERPREIS BIODIVERSITÄT: EIFEL

Geschickte Besucherlenkung

Die Eifel schafft den Schulterschluss zwischen einem touristischen Naturerlebnis und dem Schutz von sensiblen Flächen. Anhand einer flächendeckenden Besucherlenkung werden Konflikte der touristischen Nutzung minimiert. Sowohl für die drei Naturparke als auch den Nationalpark existieren Besucherlenkungskonzepte, an denen Partner der Tourismusregion mitwirkten und somit verschiedene Interessen gewahrt werden. Wesentlicher Bestandteil des Besucherlenkungskonzeptes im Nationalpark ist der Wegeplan für Wander-, Rad- und Reitwege. Dieser wurde nach der Gründung des Nationalparks im Jahr 2004 gemeinsam mit den regionalen Partnern aus Naturschutz und Tourismus sowie kommunalen Vertretern erarbeitet. Das Wegenetz vereinigt die vorrangigen Ansprüche der Natur auf störungsfreie Entwicklung innerhalb des Nationalparks mit den Bedürfnissen der Nationalparkgäste auf die Erlebbarkeit der Natur. Anschließend wurden Naturerlebnisangebote entwickelt und ein Informationsnetzwerk für die Gäste der Region aufgebaut.

Touristische Angebotsgestaltung

Die herausragende Natur und Landschaft sind das touristische „Kapital" der Eifel. Dessen sind sich auch die Touristiker der Eifel bewusst, und sie arbeiten entsprechend ihre Angebote aus.
Programme wie die Nationalpark-Partnerschaft unterstützen das Engagement der touristischen Akteure und fördern sie anhand von Vermarktungsmaßnahmen innerhalb der Partner-Initiative.
In der Eifel werden klassische Gästeführer zu Natur- und Geoparkführern weitergebildet. Dabei erhalten sie das erforderliche Wissen, um Touristen im Einklang mit dem Naturschutz und insbesondere mit den Bestimmungen der geschützten Gebiete zu führen und sie für die Belange der Natur sensibilisieren zu können.

Flächenverbrauch

Die Minimierung des Flächenverbrauchs durch touristische Aktivitäten und Infrastruktur ist ein weiteres wichtiges Instrument zur Wahrung der biologischen Vielfalt. Im Nationalpark Eifel werden hierfür wenig befahrene Teerstraßen zurückgebaut. In einem gemeinsamen Projekt des Naturparks Nordeifel und der Nationalparkverwaltung wurden um Nationalpark und Naturpark naturnahe Wanderparkplätze geschaffen, wodurch insgesamt acht reguläre Parkplätze eingespart oder zurückgebaut werden konnten. Auch bei der infrastrukturellen Planung setzt sich die Eifel für den Erhalt der natürlichen Lebensräume ein. Vorrangig vor einem Neubau ist hierbei die Nutzung und Instandsetzung von alter Bausubstanz. Dies erfolgte beispielsweise im „Wasser-Info-Zentrum Eifel" oder auch im Nationalpark-Gästehaus. Hier wurden bewusst regionale Materialien für den Bau von Infozentren gewählt.
Bei der Ausweisung des 370 Kilometer langen Wanderwegenetzes Eifelsteig / Vulkaneifel-Pfade wurde konsequent

darauf geachtet, keine neuen Wege erschließen bzw. ausbauen zu müssen, um eine weitere Versiegelung von Flächen zu verhindern.

Erlebbarkeit von Biodiversität

Eine zentrale Strategie der Region ist die Erlebbarkeit der biologischen Vielfalt. Jährlich werden über 500 kostenlose Rangertouren mit über 10.000 Teilnehmern angeboten. Es existiert ein detaillierter Veranstaltungskalender mit über 1.300 Terminen zu den Themen Natur, Landschaft und Kultur in der Region. Im Nationalpark Eifel, im „Wasser-Info-Zentrum Eifel" und in vielen weiteren Naturzentren gibt es unterschiedliche buchbare Umweltbildungsprogramme für Gäste und interessierte Einheimische. Nahezu unzählig sind die Angebote zum Erkunden von Natur und Landschaft ohne Führung durch ausgearbeitete Wanderrouten, Thementouren, Erlebnispfade oder barrierefreie Thementouren.

Reinvestition

Das Projekt „Mit dem Biber leben" nutzt Einkünfte aus nachhaltigen Tourismusangeboten für Biberschutzprogramme. In enger Zusammenarbeit mit dem regionalen touristischen Partner und Biber-Guides werden halb- und mehrtägige Naturerlebnisangebote durchgeführt. Die Überschüsse kommen dabei unmittelbar dem Biberschutz zugute. Auch im Projekt „Eifelnaturreisen" werden in einzelnen Angebotsbausteinen Einkünfte erzielt, die in den Fledermausschutz reinvestiert werden.

DER SONDERPREIS

Die Schönheit und Qualität von Natur und Landschaft bilden für viele Tourismusregionen in Deutschland das Grundkapital, um langfristig wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Daher wurde im Rahmen dieses Wettbewerbs zusätzlich ein Sonderpreis für ein besonderes Engagement der Tourismusregion beim Erhalt der biologischen Vielfalt verliehen. Gesucht wurde eine Region, die besonders vorbildliche Leistungen zum Schutz der biologischen Vielfalt durch nachhaltige Tourismusangebote vorweisen kann. Damit leistet der Bundeswettbewerb auch einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Nationalen Strategie zur Biologischen Vielfalt der Bundesregierung und zur Dekade der Vereinten Nationen zur Biologischen Vielfalt (2011-2020).

Für ihr besonderes Engagement zum Schutz der biologischen Vielfalt und der konsequenten Umsetzung von Schutzmaßnahmen bei touristischen Aktivitäten erhielt die Eifel Tourismus GmbH den Sonderpreis Biodiversität.

Stephan Kohler, Produktmanager Eifel Tourismus (ET) GmbH Prüm

Michael Lammertz, Forstdirektor Nationalpark Eifel

Wieso hat sich die Eifel an dem Bundeswettbewerb beteiligt?

Weil in der Eifel die Zusammenarbeit zwischen den Naturschutzakteuren, den Touristikern und den Leistungsträgern gut funktioniert. Dies zeigt sich immer wieder bei den unterschiedlichsten Projekten in der Eifel.

Warum ist für Sie nachhaltiger Tourismus wichtig?

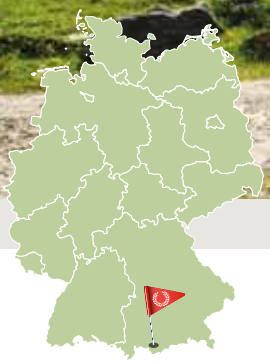
Wir sind auf eine intakte und lebendige Natur- und Kulturlandschaft als Basis für Tourismus angewiesen. Dabei spielen auch die Nationalen Naturlandschaften bzw. die Schutzgebiete eine große Rolle, da sie zugleich in der Lage sind, für den Erhalt dieser natürlichen Lebensgrundlagen zu sensibilisieren und somit das Bewusstsein für den Wert der Region und der natürlichen Grundlagen bei allen im Tourismus relevanten Akteuren zu stärken.

Weitere Informationen zur Eifel unter: **www.eifel.info**

WEITERE GEWINNER

Das gefiel der Jury:

- Servicequalität wird durch die Ammergauer Alpen Akademie gefördert.
- Gastgeber der drei Produktlinien „Aktivzeit", „Kulturzeit" und „Auszeit" müssen klare Kriterien erfüllen.
- Die elektronische Gästekarte ermöglicht eine kostenfreie Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs für Übernachtungsgäste.
- Im Winter wird vor allem auf naturverträgliche Sportarten gesetzt.
- *Jury-Empfehlung:* mit der Meditations-App den 87 Kilometer langen Meditationsweg entlang wandern



Weitere Informationen zur Region Ammergauer Alpen: **www.ammergauer-alpen.de**

AMMERGAUER ALPEN

Von der völligen Entspannung des Körpers und der Seele über die Erkundung der zahlreichen Sehenswürdigkeiten und historischen Ortschaften bis zu Erholungs- und Sporterlebnissen im Sommer oder Winter für Aktivurlauber oder Familienferien – im Ammergau gibt es eine Vielzahl an Angeboten, die Urlauber begeistern.

Naturverträglichkeit

Über die Hälfte der gesamten Fläche der Region ist als Naturschutzgebiet ausgewiesen. Damit sind die Ammergauer Alpen das zweitgrößte Naturschutzgebiet Deutschlands. Eine naturverträgliche Besucherlenkung ist dabei elementar. Unter Führung des Deutschen Alpenvereins und des BUND werden beispielsweise Karten für Skitourengeher entwickelt, die nicht nur geeignete Wege, sondern auch die Brutzonen des Auerwildes und das Schutzbedürfnis dieser Bereiche aufzeigen.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

Meditationsweg

Begleitet von einem erfahrenen Körpertherapeuten und Pilgerführer können Gäste auf einer mehrtägigen Tour den 87 Kilometer langen Weg mit Körperübungen, Atemübungen, geführten Fantasiereisen und meditativen Impulsen erleben. 15 Stationen entlang des Weges laden ein, den Geist auf Reisen zu schicken, sich auf sich selbst zu besinnen und wieder zu innerer Ruhe und Gelassenheit zu kommen.
Weitere Informationen unter:
www.ammergauer-alpen.de/Auszeit/Meditationsweg

Fokus auf Qualität

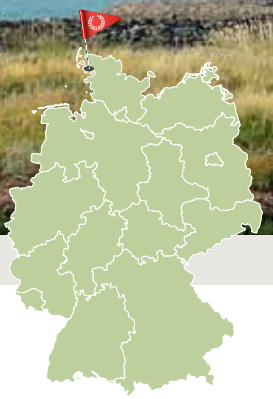
Die Region legt im touristischen Angebot hohen Wert auf Qualität. Und das mit Erfolg: Die Tourist-Information der Ammergauer Alpen wurde beim jährlich stattfindenden Mystery Check „Abenteuer Unterkunftssuche" 2012 als servicefreundlichste Tourist-Information in Deutschland ausgezeichnet.
Für eine Weiterbildung touristischer Betriebe hinsichtlich der Servicequalität wurde im Jahr 2011 die Ammergauer Alpen Akademie geschaffen, die zum Großteil kostenfreie Schulungen anbietet.
Gastgeber, die sich an den Produktlinien der Ammergauer Alpen beteiligen, müssen konkrete Qualitätskriterien erfüllen und Zertifikate für die Ausrichtung ihres Betriebes auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit erwerben.

Förderung einer nachhaltigen Mobilität vor Ort

Alle Übernachtungsgäste der Region erhalten bei der Ankunft die elektronische Gästekarte der Ammergauer Alpen Region, mit der sie den öffentlichen Nahverkehr kostenlos nutzen können. Darüber hinaus bietet die Königscard, eine regionsübergreifende All-Inclusive-Karte, die kostenlose Nutzung von über 80 touristischen Angeboten aus diversen Bereichen. Hierzu zählen beispielsweise Bäder, Museen und Freizeiteinrichtungen.

Sanfter Wintersport

Im Winter rücken die Ammergauer Alpen sanfte und naturverträgliche Wintersportarten wie Langlauf und Winterwandern vermehrt in den Vordergrund, die auch mit weniger Schnee auskommen und somit keine intensiven künstlichen Beschneiungen benötigen.



Das gefiel der Jury:

- In einem breiten öffentlichen Prozess haben sich sämtliche Bewohner der Halligen zu einer nachhaltigen Entwicklung der Region bekannt.
- Eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Nationalparkamt und touristischen Entscheidungsträgern schafft Synergien und bildet die Voraussetzung für naturnahe touristische Aktivitäten.
- Die Kultur des Friesentums wird auf den Halligen aktiv gelebt und für Gäste anschaulich präsentiert.
- *Jury-Empfehlung:* den Winter beim Volksfest mit dem Biikefeuer vertreiben

Weitere Informationen zur Biosphäre die Halligen: **www.halligen.de**

BIOSPHÄRE DIE HALLIGEN

Vom Meer umspült und manchmal sogar überspült, liegen die zehn nicht eingedeichten Inseln der Halligen inmitten des Nationalparks, Biosphärenreservats und Weltnaturerbes Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer. Die „Schwimmenden Träume" sind weltweit einmalig. Als wertvolles Natur- und Kulturgut sowie unverzichtbarer Wellenbrecher für die Küste Schleswig-Holsteins bieten sie besondere Erlebnisse für Naturliebhaber.

Verpflichtung zu Nachhaltigkeit

Die Bewohner der Halligen haben im Jahr 2008 die „Nachhaltigkeitsstrategie Biosphäre Halligen" erarbeitet. Mit diesem Bekenntnis verpflichten sie sich, im Einklang mit der Natur zu leben und nachhaltig zu wirtschaften. Der Erhalt der Naturlandschaft und der Biodiversität spielen hierbei eine wichtige Rolle.

Beitrag zum Klimaschutz

Darüber hinaus hat die Gemeinschaft der Biosphäre Halligen den Beschluss gefasst, sich zu einer CO_2-neutralen Region zu entwickeln. Eine effizientere Energienutzung, die Reduktion des Verbrauchs fossiler Energieträger und die Nutzung regenerativer Energien sind hierfür zentrale Maßnahmen. Dies geschieht hauptsächlich über die Gemeinden. Touristische Betriebe unterstützen die CO_2-Reduktion durch die Umstellung auf eine alternative Energieversorgung. Für Gastgeber werden Informationsveranstaltungen zur Qualifikation als „Klimafreundliche Ferienwohnung" angeboten. Beherbergungsbetriebe können ein Qualitätssiegel erwerben. Auf Pellworm wurde dieses Zertifikat bereits erfolgreich umgesetzt. Des Weiteren gibt es auf Hallig Hooge sieben touristische Akteure, die das Siegel „Nationalpark-Partner" tragen. Damit erfüllen sie Kriterien im Bereich Natur- und Umweltschutz.

Naturnahe touristische Angebote

In Zusammenarbeit mit dem Nationalparkamt werden gemeinsame touristische Angebote für die Halligen und das Weltnaturerbe Wattenmeer ausgearbeitet. Diese umfassen etwa eine Vielzahl an Führungen zu den Themen Mensch und Watt, Klimawandel und Nordsee sowie den Besonderheiten der Halligen.

Regionale Identität

Die regionale Kultur und Identität sind große Stärken der Halligen. Das Friesentum mit seinen jahrhundertealten Bräuchen wie dem jährlichen Biikefeuer, den Trachten und der eigenständigen Sprache prägt die Region auf seine eigene Art.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

Ringelganstage

Bis zu 50.000 Ringelgänse halten sich im Frühjahr während des Zwischenstopps auf der Reise zu ihren Brutgebieten auf den nordfriesischen Halligen auf. Die riesigen Schwärme dieser Vögel zu beobachten ist ein einzigartiges Erlebnis. Aber auch die zahlreichen Veranstaltungen wie Theatervorstellungen, Workshops oder geführte Wanderungen machen dieses jährliche Event zu einem touristischen Highlight der Halligen. Weitere Informationen unter: www.ringelganstage.de

WEITERE GEWINNER

Das gefiel der Jury:

- In diversen Foren und Projekten werden Maßnahmen zum Thema Klimaschutz und Energieeffizienz umgesetzt.
- Die Akteure und Bewohner ziehen an einem Strang im Bereich der nachhaltigen Entwicklung der Region.
- Die Region schafft es, traditionelles Landleben und innovative Technologien wie zum Beispiel E-Mobilität miteinander zu verbinden.
- *Jury-Empfehlung:* zur Kulturellen Landpartie hinter die Kulissen der Landwirte schauen

Weitere Informationen zur Biosphärenregion Elbtalaue-Wendland unter: **www.elbtalaue-wendland.de**

BIOSPHÄRENREGION ELBTALAUE-WENDLAND

Die Biosphärenregion Elbtalaue-Wendland lässt Sehnsüchte nach „Heimat", „LandLust" und „Zurück zur Natur" aufkommen. Pittoreske Ortsbilder, stimmungsvolle Rundlingsdörfer, Bauernhöfe, Hofläden und Streuobstwiesen vermitteln ein authentisches Landleben. Die bewusste Naturverbundenheit ist in der Region mit ihren zwei Schutzgebieten stets präsent – es wird auf eine gesunde, regionale Küche, Bioenergie und nachhaltiges Handeln in den Unternehmen gesetzt.

Förderung eines nachhaltigen Unternehmertums

Das Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtalaue erklärt ausgewählte Betriebe, die mit Nachhaltigkeitskriterien arbeiten und sich für eine nachhaltige Regionalentwicklung einsetzen, zu Partnerbetrieben. Diese müssen sich regelmäßig weiterbilden und ihren Nachhaltigkeitsfokus unter Beweis stellen.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

Bio-Hotel Kenners LandLust

Dieser Hotelbetrieb ist ein ausgezeichneter Partnerbetrieb des Biosphärenreservates, der Nachhaltigkeit als Basis des eigenen Wirtschaftens betrachtet. Das Hotel ist CO_2-neutral und Viabono-zertifiziert. Es werden diverse Pauschalen, Wanderangebote und Veranstaltungen angeboten, wie beispielsweise das Programm „Waldzeit", welches Kinderbetreuung und Umweltbildung miteinander vereint.
Weitere Informationen unter: www.kenners-landlust.de

Fokus auf Energieeffizienz

Energie ist ein zentrales Thema in der Region. Im Strombereich wurde die 100-prozentige Versorgung aus erneuerbarer Energie bereits 2012 erreicht. Im Jahr 2010 wurde für die Region ein Klimaschutzkonzept entwickelt, und es gibt einen Energie-Effizienz-Club, dem auch Tourismusbetriebe angehören.
Die Tourismusregion entwickelt darüber hinaus konkrete Angebote zu diesem Thema für Gäste und hat sogar Erlebnisrouten für ein neues Segment geschaffen, den „Bioenergietourismus".

Klimafreundliche Mobilität

Mit dem „Wendland-Shuttle" und dem „Elbe-Bus mit Radtransport" können sich Gäste auch autofrei in der Region fortbewegen. Am Bahnhof Dannenberg können darüber hinaus seit 2012 Pedelecs und E-Autos gemietet werden. Wünschen sich Gäste an einem bestimmten Ort in der Region ein Fahrrad, ist dies auch kein Problem. Im Rahmen des Angebotes „Mobil vor Ort" werden Fahrräder und Gepäck der Gäste direkt an einen Wunschort gebracht oder dort abgeholt.

Kulturelle Landpartie

Die regionale Kultur wird während der „Kulturellen Landpartie", einer zehntägigen Veranstaltung zur Pfingstzeit, von rund 600 Künstlern in über 80 Dörfern anschaulich präsentiert. Vorgestellt werden hierbei unter anderem die regionale Landwirtschaft, das Kunsthandwerk und die Küche der Region. Dazu gibt es ein umfassendes kulturelles Rahmenprogramm. Die Veranstaltung wird jährlich von circa 60.000 Gästen besucht.

Das gefiel der Jury:

- Die Region schafft eine enge Verbindung zu nachhaltigem Tourismus, verankert im Rahmenkonzept für das Biosphärenreservat.
- Eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Nationalparkamt und touristischen Entscheidungsträgern erzeugt Synergien in der touristischen Angebotsgestaltung.
- Partnerbetriebe im Biosphärenreservat treten als Botschafter für die Region auf und erfüllen konkrete Mindestkriterien.
- *Jury-Empfehlung:* mit der Aktivreise „Streuobst hat Kultur" die Bedeutung von Streuobstwiesen kennenlernen

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

BIOSPHÄRENRESERVAT BLIESGAU

Gelegen in der südöstlichsten Ecke des Saarlands, besticht das Biosphärenreservat Bliesgau durch ausgedehnte Streuobstwiesen, wertvolle Buchenwälder und eine eindrucksvolle Auenlandschaft, die von dem namensgebenden Fluss, der Blies, durchzogen wird.
Als jahrtausendealtes Siedlungsgebiet ist der Bliesgau eine geschichtsträchtige Region mit einer großen kulturellen Dichte. Spuren der Besiedlung sind vielerorts erlebbar, etwa bei einer Wanderung entlang des Jakobsweges, der über die deutsch-französische Grenze führt.

Setzen von nachhaltigen Entwicklungszielen

Ein nachhaltiger Tourismus wird im Biosphärenreservat Bliesgau als oberste Prämisse anerkannt, zu dem sich die Region anhand eines Rahmenkonzeptes gemäß den Vorgaben der UNESCO verpflichtet. Damit setzen sich die Akteure konkrete Entwicklungsziele, wie den Ausbau von klimaneutralen Reiseangeboten, die Ausbildung von Naturführern und die Ausarbeitung eines Wegekonzeptes. Zertifizierte touristische Partnerbetriebe des Biosphärenreservats Bliesgau präsentieren sich als Botschafter der Region. Außerdem erfüllen sie Mindestkriterien im Bereich der Nachhaltigkeit, wie zum Beispiel die Verwendung und Verarbeitung von regionalen Produkten.

Klimaschutz

Klimaschutz ist eines der Zukunftsthemen für den Bliesgau. Im „Masterplan 100 Prozent Klimaschutz" will die gesamte Region bis zum Jahr 2050 eine 95-prozentige Klimaneutralität erreichen und hat hierfür bereits einen Klimaschutzmanager eingestellt, der diesen langfristigen Prozess koordiniert.

Bewusstseinsbildung für nachhaltige Themen

Das derzeit geplante Projekt „Erlebnisregion Bliesgau" soll mithilfe von touristischen Erlebnissen Denkanstöße für das eigene Konsumverhalten geben. Bei Führungen und Mitmach-Aktionen werden neben Spaß und Unterhaltung auch Themen der nachhaltigen Entwicklung einer Region praxisnah dargestellt.

Regionale Wertschöpfung

Das Biosphärenreservat Bliesgau ist eine Obstanbauregion mit hoher ökologischer Bedeutung. In vielen Restaurants wird Direktsaft aus Äpfeln von Streuobstwiesen aus der Region angeboten. Gäste können aktiv bei der Ernte mithelfen und die Bedeutung der Streuobstwiesen kennenlernen. Dadurch wird ein Anreiz für den Erhalt des Lebensraums Streuobstwiese geschaffen – denn über 5.000 Tier- und Pflanzenarten sind dort heimisch.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

Floß der Nachhaltigkeit

Unter fachkundiger Anleitung bauen die Teilnehmer dieses „Edutainment"-Angebots ein Floß aus Fichtenholz. Als Ausgleich für die genutzten Fichten werden junge Buchen gepflanzt, die im Bliesgau ihre natürliche Verbreitung haben. Mit diesem Angebot wird nicht nur die Tradition der saarländischen Holzflößer erlebbar gemacht, sondern auch ein Beitrag zum notwendigen Umbau des Waldes geleistet.
Weitere Informationen unter:
www.saarpfalz-touristik.de/Erleben/Aktiv/Floss-der-Nachhaltigkeit

WEITERE GEWINNER

Das gefiel der Jury:

- Qualität hat in der Region einen großen Stellenwert; sämtliche Betriebsgrößen werden hier mit einbezogen.
- Nachhaltige Kriterien werden mit der Regionalmarke verknüpft und verschiedene Zertifizierungen miteinander verbunden.
- Zahlreiche Kooperationen der Tourismusanbieter mit Naturschutzakteuren und Schutzgebieten sichern die touristische Attraktivität der Mittelgebirgsregion.
- *Jury-Empfehlung:* mit einem zertifizierten Eifel-Gästeführer zum Beispiel an einer „Eifel-Krimi-Wanderung" teilnehmen

Weitere Informationen zur Eifel unter: **www.eifel.info**

EIFEL

Im Süden eine sattgrüne Hügellandschaft, bizarre Felsformationen und wilde Gewässer, im Norden weite Wälder, unberührte Moore und romantische Städtchen, im Zentrum die Ketten der Vulkankegel, seltene Orchideen, natürliche Mineralquellen und unzählige Dörfer. Die Eifel ist nicht nur ein grenzüberschreitendes Mittelgebirge – sie ist auch eine sehr spannende Freizeitregion Deutschlands.

Servicequalität und regionale Qualitätssicherung

In der Region gibt es die meisten mit dem ServiceQ ausgezeichneten Betriebe in den Bundesländern Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen. Das Geheimnis: die Förderung auch von Kleinstbetrieben und eine clevere Verknüpfung mit der eigenen Regionalmarke EIFEL, mit der Produkte aus den Bereichen Lebensmittel, Holz und touristische Dienstleistungen ausgezeichnet werden. Diese müssen Qualitätskriterien erfüllen und regelmäßige Kontrollen durchlaufen. Die Vergabe der Regionalmarke erfolgt nur, wenn Qualität und Herkunft für den Verbraucher transparent nachgewiesen werden können.

LEUCHTTURM-ANGEBOT

Wildnis-Trail

Dieser Weg führt auf 85 Kilometern durch den Nationalpark Eifel, vorbei an rauschenden Bächen, an duftenden Blumenwiesen, durch tiefe Wälder und an weite Panoramablicke über das Schutzgebiet. Ein Reisearrangement umfasst drei Übernachtungen bei Nationalpark-Gastgebern, die Nationalpark-Karte sowie auf Wunsch die Begleitung durch zertifizierte Nationalpark-Waldführer.
Weitere Informationen unter: www.nationalpark-eifel.de/go/eifel/german/Auf_eigene_Faust/Wildnis__mit__Trail.html

Barrierefreiheit

Die Eifel Tourismus GmbH ist Gründungsmitglied der Vereinigung „Barrierefreies Reiseziel Deutschland" und beteiligt sich intensiv am Konzept „Barrierefreies Reisen in Rheinland-Pfalz". Der Nationalpark Eifel macht das Schutzgebiet für alle Menschen – ob mit oder ohne Behinderung – erlebbar und berücksichtigt die Barrierefreiheit als eine wichtige Querschnittsaufgabe.

Partnerinitiative des Nationalparks

Die „Nationalpark-Gastgeber" – momentan 51 Übernachtungs- und Gastronomiebetriebe – fühlen sich der Philosophie und den Zielen des Nationalparks Eifel verpflichtet. Alle Betriebe erfüllen die Kriterien der Regionalmarke EIFEL oder der Umweltdachmarke Viabono. Zudem müssen die Betreiber regelmäßig an Exkursionen und mehrtägigen Schulungen zur Nationalparkregion sowie zu Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsthemen teilnehmen.

Klimafreundliche Gastgeber

Im Bereich des Klimaschutzes ist die Projektinitiative „KlimaTour Eifel" des Naturparks Nordeifel aktiv. Hier werden Betriebe als „klimafreundliche Gastgeber" zertifiziert. Es werden ein CO_2-Fußabdruck des Betriebes berechnet und Empfehlungen zu möglichen Einsparpotenzialen gegeben. Ist dies einmal geschafft, kann sich der Betrieb mühelos mit dem Gütesiegel „Viabono" oder dem DEHOGA-Umweltcheck zertifizieren lassen.

JURY UND BEIRAT

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

JURY

Bundesamt für Naturschutz
Beate Job-Hoben

Bundesministerium für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit
Monika Luxem-Fritsch

DB Vertrieb GmbH
Dr. Kathrin Bürglen

Deutscher Hotel- und
Gaststättenverband e.V.
Jürgen Mädger

Deutscher Städte- und
Gemeindebund e.V.
Bernd Beck

Deutscher Tourismusverband e.V.
Dirk Dunkelberg

Deutscher Tourismusverband e.V.
Iris Hegemann

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
Olaf Schlieper

WWF Deutschland
Martina Kohl

Der projektbegleitende Beirat, dem Fachleute aus allen wichtigen Segmenten der Tourismusbranche, von Verbänden und Ministerien angehören, stand dem Bundeswettbewerb beratend zur Seite. Er setzte sich aus folgenden Experten zusammen:

BEIRAT

Bundesamt für Naturschutz
Beate Job-Hoben

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit
Monika Luxem-Fritsch, Martin Waldhausen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Manfred Rupprich

DB Vertrieb GmbH
Dr. Kathrin Bürglen

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.
Ingrid Hartges

Deutscher Städte- und Gemeindebund e.V.
Carsten Hansen

Deutscher Tourismusverband e.V.
Dirk Dunkelberg, Iris Hegemann

Deutscher ReiseVerband e.V.
Susanne Ziegler

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
Olaf Schlieper

Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg
Andreas Braun

Viabono GmbH
Stefan Krug bis 31.12.2012

WWF Deutschland
Martina Kohl

Empfehlungen für nachhaltiges Destinationsmanagement

Für die Entwicklung nachhaltiger Tourismusregionen existiert bundesweit noch keine Musterlösung – dafür sind die natürlichen und strukturellen Voraussetzungen der einzelnen Destinationen zu mannigfaltig und Urlaubsmöglichkeiten zu vielfältig. Dennoch offenbart der Bundeswettbewerb, dass die Berücksichtigung bestimmter Handlungsfelder richtungsweisend und sogar wettbewerbsfördernd für die Etablierung von Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement sein kann. Folgende Bereiche sind dabei von ausschlaggebender Bedeutung:

Vereinbarung von Zielen und Strategien der Nachhaltigkeit im Tourismuskonzept
Nachhaltigkeit sollte als zentraler Anspruch innerhalb der strategischen Ausrichtung des Destinationsmanagements gelten. Dies ist anhand der Festlegung von klaren Zielen und Strategien für alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit im Rahmen des Tourismuskonzeptes klar zu kommunizieren. Nur so lassen sich Fehlentwicklungen bereits im Vorfeld vermeiden, eine frühestmögliche umfassende Teilhabe sicherstellen und ein langfristiger, auf Nachhaltigkeitsprinzipien beruhender wirtschaftlicher Erfolg des Tourismus sichern.

Ausrichtung des touristischen Angebots auf Qualität und Erlebbarkeit von Natur und Umwelt
Ein Qualitätstourismus ist unabdingbar für zielgruppengerechte Angebote. Maßnahmen zur Qualifizierung von Dienstleistungsunternehmen und zur Qualitätssicherung von touristischen Angeboten sind umzusetzen, inklusive der qualitativen Verbesserung und Regionalisierung des gastronomischen Angebots. Weiterhin sollten Destinationen aktiv mit ihrer Naturausstattung und ihren Nachhaltigkeitsaktivitäten werben und Gäste für den Wert von Natur und Landschaft ohne Komforteinschränkung sensibilisieren.

Förderung und Umsetzung von kooperativen Prozessen
Nur eine mit sämtlichen Akteuren frühestmöglich abgestimmte Tourismusplanung führt zum Erfolg. Die Tourismusregion sollte demnach auch ihren Beitrag zum Schutz von Umwelt, Natur und Landschaft leisten, indem mit Umwelt- und Naturschutzverbänden, Schutzgebietsverwaltungen etc. der Dialog gefördert sowie gemeinsame Aktivitäten geplant und umgesetzt werden. Aber auch die Tourismusakteure untereinander sollten kooperieren und gute Kontakte zu Naturschutzakteuren und Schutzgebieten pflegen.

Den Herausforderungen des Klimawandels und des Ressourcenschutzes begegnen
Der Tourismus ist auch zu einem Teil verantwortlich für Auswirkungen auf Umwelt, Natur und Landschaft. Hier sollte die Region Mechanismen zur Überprüfung und zum Management dieser Auswirkungen bereit halten. Ebenso sind Kampagnen zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel zu initiieren. Die Tourismusorganisation ist angehalten, die eigenen Mitarbeiter und Leistungsträger zu ermutigen, sich an Zertifizierungen mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit zu beteiligen.
Ein konsequenter Ressourcenschutz kann nur erfolgen, wenn sich die Region über die gesetzlichen Grundlagen hinaus für Wassereinsparung und Reduktion der Abwasserbelastung,

Dirk Dunkelberg,
stellvertretender Hauptgeschäftsführer
Deutscher Tourismusverband e.V.

Die Bewerberregionen haben bewiesen, dass sie aus den theoretischen Grundlagen der Nachhaltigkeit kreative und qualitativ hochwertige Tourismusprodukte entwickeln können. Sie liefern der deutschen Tourismusbranche Denkanstöße und geben allen voran den Gästen Ideen, wie sie bewusster verreisen können. Entscheidend bleibt für Tourismusregionen, dass sie sich mit der Einbeziehung nachhaltiger Instrumente einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen und damit auch in Zukunft den Wirtschaftsfaktor Tourismus in ihrer Region langfristig stärken.

Abfallvermeidung und verbesserte Energieeffizienz in touristischen Betrieben einsetzt.

Entwicklung und Förderung von kreativen und umweltschonenden Mobilitätskonzepten

Die Nutzung des ÖV/ÖPNV zur An- und Abreise der Gäste ist ein zentraler Bestandteil umweltfreundlicher Mobilität und nachhaltiger Tourismusangebote. Die Tourismusregion und Gastgeber/innen sollten demnach Reisende aktiv auf die Anreisemöglichkeiten mit dem ÖV/ÖPNV hinweisen und darüber hinaus eine nachhaltige Mobilität vor Ort fördern. Hier erweisen sich regionale Gästekarten, auf Tourismus abgestimmte Nahverkehrszeiten oder Komfortangebote wie eine Gepäckbeförderung bis zum Zielort als besonders erfolgreich.

Berücksichtigung der Belange des Umwelt- und Naturschutzes

Eine kluge Besucherlenkung in Schutzgebieten beziehungsweise in sensiblen Naturräumen ist sowohl für Gäste als auch für Belange des Natur- und Artenschutzes gewinnbringend. Unter anderem sollte bei der Standortauswahl für touristische Infrastruktur und bei touristischen Aktivitäten eine Reduzierung des Flächenverbrauchs und eine umfassende sowie frühestmögliche Beteiligung lokaler Entscheidungsträger angestrebt werden. Aber auch der Einsatz heimischer und regionaler Materialien bei touristischen Bauaktivitäten sollte von der Tourismusregion aktiv gefördert werden. Einnahmen aus dem naturbezogenen Tourismus sollten darüber hinaus zu einem Teil wieder in den Naturschutz reinvestiert werden.

Verantwortungsvolles Handeln innerhalb organisatorischer Strukturen

Generell und in betrieblichen Abläufen ist eine Fort- und Weiterbildung von Beschäftigten der Tourismusregion zur Integration von Nachhaltigkeitsthemen sehr wichtig. Parallel dazu sollte eine Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit und Klimaschutz bei Tourismusanbietern und Bewohnern gefördert werden. Bei großen touristischen Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen ist auch die Bevölkerung anhand regelmäßiger Veranstaltungen zu beteiligen.

AUSBLICK

Der Bundeswettbewerb hat gezeigt, dass der Trend zu einem nachhaltigen Tourismus in den deutschen Tourismusregionen angekommen ist. Die Vielzahl der Bewerbungen und die in den letzten Jahren umgesetzten Initiativen zeichnen ein erfreuliches Bild für einen qualitativ hochwertigen Deutschlandtourismus. Gleichzeitig nimmt das Interesse der Deutschen an Natururlaub und nachhaltigem Reisen stark zu. Dies belegt auch die neueste Reiseanalyse 2013: Für die Hälfte aller Deutschen sind Naturerlebnisse ein besonders wichtiges Reisemotiv. Laut Reiseanalyse wollen 40 Prozent aller Deutschen umwelt- und naturverträglich verreisen, 46 Prozent wünschen sich darüber hinaus Sozialverträglichkeit beim Reisen.

40 Prozent aller Deutschen wollen umwelt- und naturverträglich verreisen.

Der Wettbewerb ist ein gelungenes Beispiel dafür, dass es möglich ist, Partner aus Tourismus, Umwelt- und Naturschutz sowie weitere Akteure aus der Tourismusregion zusammenzubringen und die Entwicklung nachhaltiger Tourismusangebote für alle Interessensgruppen gewinnbringend zu fördern. Dabei gehen nachhaltige Tourismusregionen kreative Wege: Sie entwickeln beispielsweise regionsspezifische nachhaltige Qualifizierungsmechanismen, verknüpfen nachhaltige Kriterien mit Vermarktungsinstrumenten oder nutzen bereits bestehende Initiativen wie die Nationalpark-Partnerschaft. Alle Instrumente gehen neben der Einhaltung von konkreten Nachhaltigkeitskriterien auf die Notwendigkeit einer Netzwerkbildung der touristischen Akteure ein und schaffen einen Pool an Auswahlmöglichkeiten für einen nachhaltigen Urlaub in der Region.

Mit dem Bundeswettbewerb konnten erfolgreich Impulse zu einer nachhaltigen Entwicklung im Deutschlandtourismus gesetzt werden.

Ein weiterer Schlüsselfaktor für nachhaltigen Tourismus stellt die umweltfreundliche Mobilität dar. Hier gehen die Preisträger des Bundeswettbewerbs mit innovativen Beispielen voran und beweisen, dass eine An- und Abreise clever mit nachhaltigen Mobilitätsangeboten vor Ort kombiniert werden kann. Vorbildliche Instrumente der Tourismusregionen sind Carsharing-Angebote, die kostenlose ÖPNV-Nutzung in der gesamten Region und touristische Gästekarten. Hier wird in Zukunft eine lückenlose, zugleich energieeffiziente Vernetzung, auch im ländlichen Raum, sowie Elektromobilität und der Ausbau von e-Bike-Angeboten weiter an Bedeutung gewinnen.

Auch in Zukunft müssen Nachhaltigkeitsaspekte in das touristische Handeln sämtlicher Akteure weiter integriert und mit Industrie, Handel, Verbänden, Umwelt- und Naturschutz eng vernetzt werden, so dass in gemeinsamen Projekten vermarktungsfähige nachhaltige Tourismusprodukte entstehen können. Auch Reiseeinkäufer oder Reisemittler bilden hier eine wichtige Schnittstelle. Hinzukommen muss eine verbesserte Bewusstseinsbildung. Reisende können bei der Wahl und Gestaltung ihres Urlaubs Verantwortung übernehmen, ohne auf Genuss und Komfort verzichten zu müssen. Leicht verfügbare und gut beworbene Angebote können hier helfen. Dies ist wichtig, denn eine Studie des Umweltbundesamtes „Umweltbewusstsein in Deutschland 2012" zeigt, dass der Umweltschutz aus Sicht der Bevölkerung zwar auf Platz zwei der wichtigsten politischen Aufgaben steht, doch wird im Alltag häufig noch anders gehandelt – nicht zuletzt aufgrund einer fehlenden transparenten Vermarktung von nachhaltigen Tourismusprodukten. Ein großer Potenzialmarkt, auch zur Förderung des ländlichen Raums, den es in Zukunft weiter zu erschließen gilt.

Mit dem Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusregionen 2012/13 konnten erfolgreich Impulse zu einer nachhaltigen Entwicklung des Deutschlandtourismus gesetzt werden. Nun gilt es, diese zu verstetigen und bundesweit unter Berücksichtigung auch sonstiger Ansätze für nachhaltiges Destinationsmanagement, weiter auszubauen. Die Erkenntnisse aus dem Wettbewerb können dazu beitragen, anhand einer wissenschaftlichen Aufbereitung Indikatoren für eine nachhaltige Entwicklung deutscher Tourismusregionen zu entwickeln. Des Weiteren ist eine Netzwerkbildung der Preisträger des Wettbewerbs anzuregen, um einen gemeinsamen aktiven Austausch über die realisierten und geplanten Nachhaltigkeitsinitiativen zu ermöglichen. Mit solch einem Austausch können Synergien entstehen, die einen erfolgversprechenden Beitrag zur Entwicklung des ländlichen Raums leisten sowie Win-Win-Situationen für die Regionen ermöglichen. Im Ergebnis ist eine regionsübergreifende, ökologisch und sozial verträgliche sowie wirtschaftlich erfolgreiche Entwicklung des Tourismus durch die Akteure selbst anzustreben.

Checkliste Nachhaltige Tourismusregionen – Wie nachhaltig ist Ihre Tourismusregion?

Charakter und Qualität des touristischen Angebots

- Ein Tourismusentwicklungskonzept oder ein regionales Entwicklungskonzept mit Schwerpunkt Tourismus wird gemeinsam umgesetzt. Das Konzept weist eine eindeutige Ausrichtung der Region auf eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus auf.
- Die Tourismusregion fördert die Servicequalität bei Dienstleistungsunternehmen (ServiceQ).
- Die Tourismusregion beteiligt sich an bundesweiten Kampagnen zur Zertifizierung und Qualifizierung des touristischen Angebots (zum Beispiel ADFC Radwege, Qualitätswege Wanderbares Deutschland, Bed&Bike etc.).
- Die Tourismusregion hat Instrumente zur Ermittlung und Dokumentation der Kundenzufriedenheit etabliert.
- In der Tourismusregion existieren einheitliche touristische Informations- und Leitsysteme.
- Barrierefreie Angebote in der Tourismusregion sind vorhanden und werden aktiv beworben. Die touristischen Hauptattraktionen sind für mobilitätseingeschränkte Personen zugänglich.
- Die Tourismusregion weist eine klare touristische Profilierung für ausgewählte Zielgruppen auf.
- Die Tourismusregion wirbt aktiv mit der Naturausstattung und den Nachhaltigkeits- und/oder Klimaschutzaktivitäten.

Ökonomische Nachhaltigkeit

- Die Tourismusregion hat Strategiemodelle/Maßnahmen erarbeitet, die den langfristigen auf Nachhaltigkeitsprinzipien beruhenden wirtschaftlichen Erfolg des Tourismus sichern (zum Beispiel Marketingkonzept, Produktstrategien etc.).
- Die Tourismusregion fördert regionale Wirtschaftskreisläufe (zum Beispiel Initiierung von Kooperationen, Wettbewerbe, Berücksichtigung von aus dem regionalen Wirtschaftskreislauf stammenden Produkten bei der Ausschreibung öffentlicher Aufträge, Akquisition von Fördermitteln etc.).
- Die Tourismusregion bzw. die Tourismusakteure der Region haben Maßnahmen entwickelt, um den Auswirkungen saisonaler Schwankungen entgegenzuwirken.

Ökologische Nachhaltigkeit

- Der Tourismus in der Tourismusregion leistet seinen Beitrag zum Schutz von Natur und Landschaft. Es existieren Kooperationen des Tourismus mit Naturschutzverbänden/-akteuren, Schutzgebietsverwaltungen und/oder den Naturschutzbehörden.
- Eventuelle Auswirkungen des Tourismus auf Natur und Landschaft werden geprüft und aktiv gemanagt.
- Die Tourismusregion setzt gemeinsame Projekte mit Naturschutzverbänden/-akteuren, Schutzgebietsverwaltungen, Naturschutzverwaltungen etc. um.
- Die Tourismusregion unterstützt Kampagnen zur qualitativen Verbesserung und Regionalisierung des gastronomischen Angebots in der Region und dessen Verwendung (zum Beispiel durch die Förderung der Nutzung regionaler Produkte oder Nahrungsmittel aus ökologischen Anbaumethoden).
- Die Teilnahme der Tourismusunternehmen an Zertifizierungssystemen mit Schwerpunkt Umweltschutz bzw. Nachhaltigkeit wird in der Tourismusregion unterstützt/gefördert (zum Beispiel Viabono, DEHOGA-Umweltcheck, EMAS, ISO etc.).
- Die Tourismusregion unterstützt Maßnahmen zur Wassereinsparung und zur Reduktion der Abwasserbelastung sowie zur Abfallvermeidung/-reduzierung durch touristische Betriebe.
- Die Tourismusregion setzt sich aktiv für die Reduktion von Lärmquellen/-belastungen durch touristische Aktivitäten ein.
- Die Tourismusregion engagiert sich für eine nachhaltige und/oder klimafreundliche Durchführung von Events/Veranstaltungen.
- Die Tourismusregion engagiert sich in Regionalentwicklungsprozessen (wie zum Beispiel durch Mitwirkung in einer LEADER-Gruppe).

Klimaschutz und Energie

- Regionale Aktivitäten zum Klimaschutz bzw. zur Anpassung an den Klimawandel werden initiiert bzw. unterstützt.
- Die Tourismusregion leistet einen Beitrag zur CO_2-Reduktion, zum Beispiel durch Energieeinsparung und/oder Nutzung regenerativer Energien.

Mobilität

- Für die Region existiert ein multimodales Mobilitätskonzept.
- Gäste werden aktiv auf die Anreisemöglichkeiten mit dem ÖV/ÖPNV hingewiesen.
- Die Tourismusregion fördert durch Maßnahmen die Nutzung des ÖV/ÖPNV zur An- und Abreise der Gäste und fördert eine nachhaltige Mobilität vor Ort.

Biodiversitätsschutzziele

- Die Tourismusregion bringt sich bei der Konzeption und Umsetzung von Besucherlenkungskonzepten in Schutzgebieten bzw. in sensiblen Naturräumen ein.
- Bei der Standortwahl für touristische Infrastruktur und bei touristischen Aktivitäten werden die Belange des Natur- und Artenschutzes berücksichtigt.
- Es werden Maßnahmen zur Reduzierung des Flächenverbrauchs unterstützt.
- Der Einsatz heimischer/regionaler Materialien bei touristischen (Neu-)Bauaktivitäten (zum Beispiel Hölzer) wird unterstützt.
- Einnahmen aus dem naturbezogenen Tourismus (zum Beispiel durch Spenden für Naturschutzprojekte, Führungen etc.) werden in den Naturschutz reinvestiert.
- Biodiversität ist Teil des Reiseerlebnisses für den Gast (Sensibilisierung).

Soziale Nachhaltigkeit

- Durch das touristische Angebot in der Tourismusregion finden eine Stärkung der regionalen Identität und eine Sicherung und Entfaltung der regionalen Kultur bzw. des Brauchtums statt (zum Beispiel durch Feste mit speziellem regionalem/traditionellem Bezug, durch die Unterstützung regional verankerter Heimat- und Kulturvereine etc.).
- Die Tourismusregion setzt sich für die Fort- und Weiterbildung von Beschäftigten zur Integration von Nachhaltigkeitsthemen ein (generell und in betrieblichen Abläufen).
- Die Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit und/oder Klimaschutz und das Engagement der Tourismusanbieter und Bewohner zum Biodiversitätsschutz werden gefördert.
- Die Bevölkerung wird an den regionalen touristischen Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen beteiligt. Regelmäßige Veranstaltungen werden organisiert.
- Die Tourismusregion bzw. die Tourismusakteure der Region haben Maßnahmen zur ganzjährigen Beschäftigung in touristischen Betrieben etabliert.

Leuchtturm-Angebot

- Mehrere regionale Akteure beteiligen sich an dem Angebot.
- Das Angebot leistet einen deutlichen Beitrag zum Umwelt-, Klima- und/oder Biodiversitätsschutz in der Tourismusregion.
- Das Angebot trägt zur Sensibilisierung für Nachhaltigkeit bei den Gästen bei.
- Die Kommunikations- und Vertriebsmaßnahmen sind zeitgemäß und überzeugend.
- Das Angebot leistet einen wichtigen Beitrag zum Tourismus in der Region und ist wirtschaftlich erfolgreich.