

Abschlussbericht
Entwicklung eines
Nachhaltigkeitsleitbildes
für die
Thüringen Tourismus GmbH

Inhalte:

1. Einführung	3
2. Rahmenbedingungen	4
a. Ausgangssituation	4
b. Prozess	5
3. Unser Leitbild	7
a. Definition	8
b. Vision	9
c. Leitsätze	10
d. Handlungsfelder	12
1. Entwicklung nachhaltigkeits- fördernder Strukturen	13
2. Unternehmenskultur & Beschäftigungsqualität	16
3. Ressourcenschonung auf Betriebsebene	19
4. Klimaschutz und -anpassung	22
5. Umweltschutz	24
6. Nachhaltige Angebote	27
7. Umweltfreundliche Mobilität	30
8. Nachhaltigkeitskommunikation	32
e. Zentrale Akteur:innen	34
4. Ausblick: Empfehlung	36
5. Anhang	39
a. Teilnehmende	39
b. Projektideen	40
Literaturverzeichnis	49

1. Einführung

Die Dringlichkeit, den Herausforderungen des Klimawandels und der Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung zu begegnen, ist in den letzten Jahren immer deutlicher geworden. Die Gesellschaft ist in ständigem Wandel und das Thema Nachhaltigkeit ist tief in das Bewusstsein der Menschen eingedrungen. Laut einer aktuellen Studie des Umweltbundesamtes befürworten 91% der Befragten einen umwelt- und klimafreundlichen Umbau der Wirtschaft (UBA, 2023, S. 66).

Die globale Herausforderung der Klimakrise erfordert gemeinsame Anstrengungen, um die lebenswerte Welt, wie wir sie kennen, zu bewahren. Auch der Tourismus steht vor der Verantwortung, einen Teil zur nachhaltigen Entwicklung beizutragen und innovative Lösungen zu finden, die sowohl den ökologischen als auch den sozialen Aspekten gerecht werden. Als eine Branche, die als Schnittstelle zwischen verschiedenen klimarelevanten Bereichen fungiert, kommt dem Tourismus mit seinen verschiedenen Beteiligten hier eine besondere Bedeutung zu. Aus diesem Grund hat die Thüringer Tourismus GmbH (TTG) touristische Akteure zur Erstellung eines gemeinsamen Nachhaltigkeitsleitbildes eingeladen. Die Partnerschaft im Rahmen dieses Nachhaltigkeitsleitbildes bietet den Beteiligten

die Möglichkeit, ihre Aktivitäten langfristig auf nachhaltige und zukunftsfähige Prinzipien auszurichten und dabei ihre Expertise einzubringen und voneinander zu lernen.

In diesem Bericht wird das erarbeitete Nachhaltigkeitsleitbild für den Thüringer Tourismus präsentiert, das durch intensive Workshops und in Zusammenarbeit mit touristischen Akteur:innen entwickelt wurde. Es soll in den nächsten Jahren als Orientierung im Thüringer Tourismus dienen und sicherstellen, dass sich die touristischen Akteur:innen mit den festgelegten Nachhaltigkeitszielen identifizieren. Es soll als Leitinstrument und als Grundlage für die interne und externe Kommunikation genutzt werden. Dabei ist zu beachten, dass das Leitbild ein adaptives Instrument ist, das unter sich stetig verändernden Bedingungen kontinuierlich weiterentwickelt werden muss.

Durch gezielte Maßnahmen und die Umsetzung nachhaltiger Praktiken können wir aktiv dazu beitragen, die Herausforderungen des Klimawandels anzugehen und eine nachhaltige Zukunft zu gestalten, die den Bedürfnissen der aktuellen Generation gerecht wird, ohne die Lebensgrundlage kommender Generationen zu gefährden. Die Zeit des Handelns ist gekommen, und es liegt in unserer Verantwortung, gemeinsam an einer nachhaltigen Zukunft zu arbeiten.

2. Rahmenbedingungen

a. Ausgangssituation

Wir erkennen, dass unser Bestreben, Nachhaltigkeit als festen Bestandteil des Thüringer Tourismus zu verankern, nicht isoliert betrachtet werden kann. Es entspringt einer breiten, globalen Bewegung hin zu nachhaltiger Entwicklung, die auf verschiedenen Ebenen - von regional bis international - vorangetrieben wird. Die Grundlagen und die Schritte des Leitbildprozesses sind eingebettet in den bestehenden globalen Kontext und bauen darauf auf, um eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.

Dabei lassen wir uns von den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen leiten. Diese international anerkannten 17 Ziele stellen eine umfassende Orientierungshilfe dar, die die Nachhaltigkeit in den Bereichen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt abdeckt. Indem wir uns an den SDGs ausrichten, verankern wir Nachhaltigkeit nicht als ein isoliertes Ziel im Thüringer Tourismus, sondern integrieren es in eine globale Vision für eine lebenswerte Zukunft. Um den Beitrag zur Erfüllung der SDGs zu verdeutlichen, wurden diese im Verlauf des Leitbildprozesses den acht identifizierten Handlungsfeldern zugeordnet. Detaillierte Beschreibungen sind unter Kapitel 3.d. Handlungsfelder zu finden.

Auch auf EU-Ebene gewinnt das Thema Nachhaltigkeit weiter an Bedeutung, insbesondere im Kontext des "European Green Deal". Dieser politische Ansatz zielt darauf ab, Europa bis 2050 zum ersten klimaneutralen Kontinent zu machen. Dieser umfassende Plan stellt die Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt und verfolgt das Ziel, die ökologische Transformation sämtlicher Bereiche der Wirtschaft und Gesellschaft zu fördern. Somit ist auch hier der Tourismussektor in der Pflicht, den Treibhausgasausstoß zu reduzieren und sich in Richtung Nachhaltigkeit auszurichten.

Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie, die im Jahr 2016 veröffentlicht wurde, markiert einen bedeutenden Schritt in Richtung einer zukunftsfähigen Entwicklung. Diese Strategie basiert auf den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) der Vereinten Nationen und unterstreicht eine fortlaufende Anpassung und Verbesserung.

In der Nationalen Tourismusstrategie Deutschlands findet die Nachhaltigkeit ebenfalls eine zentrale Position. Der Fokus liegt nicht nur darauf, den Tourismus zu steigern, sondern dabei gleichzeitig die Lebensqualität für Einheimische und Besucher:innen durch nachhaltige Lösungen zu erhöhen. Indem die Nationale Tourismusstrategie auf Nachhaltigkeit setzt, wird nicht nur die Attraktivität des Reiseziels gesteigert, sondern auch ein Beitrag zu den

übergeordneten Zielen der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie geleistet.

Die Thüringer Nachhaltigkeitsstrategie von 2018 stellt einen weiteren Meilenstein dar. Sie mag den Tourismus zwar nicht explizit nennen, doch wird deutlich, dass Nachhaltigkeit auf regionaler Ebene einen hohen Stellenwert einnimmt und der Tourismussektor dazu seinen Beitrag leisten muss. Die fünf Handlungsfelder dieser Strategie werden den im Leitbildprozess erarbeiteten Handlungsfeldern zugeordnet, um zu verdeutlichen, welchen Beitrag sie zur Erfüllung leisten.

Auf Thüringer Landesebene spielt Nachhaltigkeit als eines von vier Querschnittsthemen bereits in der 2017 erstellten Tourismusstrategie Thüringen 2025 eine Rolle. Diese Strategie erfuhr im Jahr 2021 einen Zwischenbericht, der die Fortschritte und Herausforderungen beleuchtet hat. In diesem Kontext wird die Relevanz des Themas Nachhaltigkeit erneut erkannt und anerkannt.

Zusätzlich zu den genannten Rahmenwerken wurden weitere wissenschaftliche Ausarbeitungen (wie z.B. Monitoringbericht Klimawandelfolgen in Thüringen von September 2022), politische Agendas (wie z.B. Nationale Plattform Zukunft des Tourismus) und Rahmenwerke (wie z.B. der Global Sustainable Tourism Council (GSTC) und der Leitfaden für nachhaltigen Tourismus) genutzt.

Dieser vielschichtige Ansatz garantiert, dass unser Leitbild nicht nur visionär, sondern auch praxisorientiert ist und auf bewährten Methoden aufbaut.

b. Prozess

Die nachhaltige touristische Entwicklung hat somit eine strategische Relevanz und wird in zwei Phasen angegangen.

Die erste Phase soll einen Startschuss geben und durch Erarbeitung einer Zielsetzung, den gemeinsamen Weg definieren. Die Landestourismusorganisation (LTO) Thüringer Tourismus GmbH lud touristische Akteur:innen aus dem gesamten Bundesland ein, um aktiv am Gestaltungsprozess teilzunehmen. Interessierte Teilnehmer:innen (die vollständige Liste finden Sie im Anhang), wurden für die fünf Workshop-Termine dieser Phase eingeladen, wobei drei Sitzungen virtuell und zwei in Präsenz in Erfurt stattfanden. Die Termine wurden zwischen Februar und Juli 2023 angesetzt und durch die Klimapatenschaft Tourismus GmbH begleitet.

In dieser ersten Phase wurden die strategischen Grundlagen des Nachhaltigkeitsleitbildes gelegt. Die Zusammenarbeit und der Input der teilnehmenden Akteur:innen bildeten die Grundlage für die Definition von Nachhaltigkeit, die Vision und die Leitsätze

sowie die Handlungsfelder mit den dazugehörigen Zielsetzungen.

Die zweite Phase des Projekts ist für das Jahr 2024 geplant und wird sich auf die praktische Umsetzung des Leitbildes konzentrieren. Hier werden die festgelegten Handlungsfelder und ihre übergeordneten Zielsetzungen mit Blick auf die Vision in die Praxis umgesetzt. Die Empfehlungen für die praktische Phase werden im Ausblick dieses Berichts aufgelistet.

Die Leitbildentwicklung wird als ein kontinuierlicher Prozess verstanden, der an die sich ständig verändernden Anforderungen und Entwicklungen in der Tourismusbranche angepasst werden soll.

3. Unser Leitbild

Das Leitbild ist eine konkrete schriftliche Erklärung, die die grundlegenden Werte, Ziele und Vision einer Gemeinschaft zusammenfasst. Es dient als Leitfaden für das Verhalten, die Entscheidungsfindung und die langfristige Ausrichtung dieser Einheit. Das Leitbild vermittelt die Kernbotschaften und Grundprinzipien, die das Handeln und die Mission der Gemeinschaft leiten. Das

erarbeitete Ergebnis ist das Nachhaltigkeitsleitbild für den Thüringer Tourismus und enthält die Elemente Definition von Nachhaltigkeit, Vision, Leitsätze, zentrale Akteur:innen und Handlungsfelder, die im Folgenden näher beschrieben werden. Die nachfolgende Darstellung schafft einen Überblick über die Elemente.

Nachhaltigkeitsleitbild Thüringen Tourismus

<p style="text-align: center;">Unsere Definition</p> <p>Nachhaltiger Tourismus bedeutet, die Umwelt, Kultur und Wirtschaft des Landes zu respektieren und zu schützen. Es geht um eine Balance zwischen den aktuellen und zukünftigen Bedürfnissen der Beteiligten sowie denen der Umwelt, um eine lebensfähige Zukunft sicherzustellen.</p>	<p style="text-align: center;">Unsere Vision</p> <p>Thüringen ist ein grüner, lebens- und liebenswerter Schatz in der Mitte Deutschlands. Wir begeistern dafür, Thüringen nachhaltig zu entdecken - spürbar und erlebbar.</p> <p>Nachhaltigkeit ist im Thüringer Tourismus ein Integraler Bestandteil des Denkens und Handelns und wird nach innen und außen gelebt. Wir inspirieren und bieten innovative, regionale und qualitativ hochwertige Lösungen für den Gast und die beteiligten Akteure.</p>	<p style="text-align: center;">Unsere Handlungsfelder</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Nachhaltigkeitskommunikation</p> <p>Durch Hervorhebung nachhaltiger Angebote und transparente Kommunikation zu den Umweltauswirkungen im Tourismus sensibilisieren wir unsere Gäste.</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Klimaschutz und -anpassung</p> <p>Mit Mut und Fantasie entwickeln wir Strategien und Maßnahmen zur CO2-Einsparung im Tourismus und bewegen uns hin zu einer klimafreundlichen Kreislaufwirtschaft. Wir stärken die Resilienz der Tourismusbetriebe, indem wir uns aktiv an den Klimawandel anpassen.</p> </div> <div style="width: 30%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Umweltschutz</p> <p>Gemeinsam sorgen wir dafür, dass der Wert der Umwelt bewusst wahrgenommen wird. Unsere Aktivitäten gestalten wir im Einklang mit der Natur, wodurch wir diese schützen und schätzen.</p> </div> <div style="width: 30%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Umweltfreundliche Mobilität</p> <p>Durch Kommunikation, gezielte Dialoge mit Entscheidungsträgern und Anreize schaffen wir Bewusstsein für umweltfreundliche Mobilität bei Gästen, Mitarbeitenden, Verkehrsbetrieben und Politik.</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Nachhaltige Angebote</p> <p>Entlang der gesamten Reisekette entwickeln wir attraktive, klimafreundliche und zielgruppenspezifische Angebote. Auch bestehende Angebote entwickeln wir anhand festgelegter sozialer und ökologischer Kriterien weiter.</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Unternehmenskultur & Beschäftigungsqualität</p> <p>Wir bringen unseren Mitarbeitenden in Thüringer Tourismusbetrieben Wertschätzung gegenüber. Wir fördern Diversität, Integration und Chancengleichheit sowie aktive Einbindung der Mitarbeitenden in Entscheidungs- und Nachhaltigkeitsprozessen.</p> </div> <div style="width: 45%; border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p style="text-align: center;">Ressourcenschonung auf Betriebsebene</p> <p>Anhand festgelegter Kennzahlen optimieren wir unsere Prozesse und Wertschöpfungsketten, um die Umweltbilanz der touristischen Betriebe zu verbessern.</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen</p> <p>Wir möchten, dass das Thema Nachhaltigkeit als fester Bestandteil und Wert im Thüringer Tourismus gesehen wird. Dieses soll in der strategischen Ausrichtung auf allen Ebenen verankert und als selbstverständlich berücksichtigt werden.</p> </div>
	<p style="text-align: center;">Unsere Leitsätze</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wir setzen auf nachhaltiges Wirtschaften als Chance zur Zukunftssicherung und Qualitätssteigerung des Thüringer Tourismus. 2. Wir wollen ehrig gemeinte Nachhaltigkeit mit Überzeugungskraft und Durchhaltevermögen vorantreiben und leben. 3. Wir gehen wertschätzend mit uns, unseren Ressourcen und unserer Umwelt um und bewahren die Traditionen unserer Region. 4. Wir arbeiten gemeinsam und demokratisch und fördern Austausch und Vernetzung. Wir achten darauf, alle Akteur:innen mitzunehmen, uns mit Offenheit zuzuhören und uns gegenseitig zu unterstützen. 5. Wir schaffen Bewusstsein für Nachhaltigkeit und sorgen mit Impulsen und Leitlinien dafür, dass nachhaltiges Wirtschaften auf allen Ebenen in die Umsetzung gebracht wird. 6. Wir erarbeiten authentische und ganzheitlich gedachte Maßnahmen. 7. Wir schätzen die Heterogenität unserer Regionen und sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit auf verschiedenen Wegen erreicht werden kann. Dabei profitieren wir durch viele unterschiedliche Blickwinkel. 8. Auch kleine Schritte führen uns zum Ziel. 	

a. Definition

Die Definition des Begriffs "Nachhaltigkeit" wurde bewusst als Ausgangspunkt des Prozesses zur Entwicklung des Nachhaltigkeitsleitbildes gewählt, um eine klare und einheitliche Grundlage für das gemeinsame zukünftige Denken und Handeln zu schaffen. Eine präzise Definition von Nachhaltigkeit dient als Orientierungspunkt, der es ermöglicht, sicherzustellen, dass die Vision, die Leitsätze und auch die Handlungsfelder auf einer soliden Basis stehen, die von allen Beteiligten verstanden und geteilt wird. Eine klare Definition fördert auch die Transparenz und Glaubwürdigkeit des Thüringer Tourismus im Hinblick auf die Nachhaltigkeitsbemühungen und zeigt das Engagement für einen verantwortungsvollen Umgang mit sozialen, ökologischen und ökonomischen Herausforderungen auf. Die gemeinsame Definition von Nachhaltigkeit für den Thüringer Tourismus wurde wie folgt formuliert:

Nachhaltiger Tourismus bedeutet, die Umwelt, Kultur und Wirtschaft des Landes zu respektieren und zu schützen. Es geht um eine Balance zwischen den aktuellen und zukünftigen Bedürfnissen der beteiligten Akteur:innen sowie denen der Umwelt, um eine lebensfähige Zukunft sicherzustellen.

Die Wahl zur Nutzung der Begriffe "Umwelt", "Kultur" und "Wirtschaft" wurde anstelle von

"Ökologie", "Ökonomie" und "Soziales" in der Definition getroffen. Dies zielt darauf ab, die Konzepte für ein breiteres Publikum zugänglich und verständlich zu machen. Dieser Ansatz entspricht dem Ziel, das Verständnis und die Akzeptanz des nachhaltigen Tourismus bei allen Akteur:innen zu fördern. "Umwelt", "Kultur" und "Wirtschaft" sind Begriffe, die Menschen in ihrem alltäglichen Leben begegnen. Dies ermöglicht eine direktere Verbindung zwischen den Menschen und den Konzepten des nachhaltigen Tourismus.

Die Betonung auf "Balance" spiegelt die Notwendigkeit wider, eine harmonische Koexistenz zwischen den Bedürfnissen der heutigen Generation von Reisenden und Einheimischen sowie den Anforderungen künftiger Generationen zu finden. Die Entscheidungen, die wir heute im Tourismus treffen, beeinflussen nicht nur die gegenwärtige Umwelt, Wirtschaft und Kultur, sondern hinterlassen auch einen prägenden Einfluss auf kommende Generationen. Daher müssen wir heute verantwortungsbewusst handeln, um sicherzustellen, dass die Ressourcen und Landschaften, die wir derzeit genießen, auch für zukünftige Generationen erhalten bleiben.

Mit der Definition erkennen wir außerdem die Komplexität und die gegenseitigen Abhängigkeiten zwischen den verschiedenen

Dimensionen der Nachhaltigkeit an und möchten sicherstellen, dass die Definition alle Aspekte angemessen berücksichtigt. Indem die Priorisierung der drei Dimensionen bewusst offen gelassen wird, wird ein offenes und inklusives Diskussionsklima ermöglicht, in dem verschiedene Standpunkte gehört und respektiert werden können. Die Offenheit in der Definition schafft auch Raum für zukünftige Entwicklungen und ermöglicht es, flexibel auf neue Erkenntnisse und Herausforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit zu reagieren.

b. Vision

Aufbauend auf der Definition wurde eine übergeordnete Vision formuliert. Die Vision bildet eine Grundlage für die zukünftigen Entscheidungen und ermöglicht es, die Ziele und Maßnahmen auf ein gemeinsames Ziel auszurichten und alle Beteiligten zu motivieren, an einem Strang zu ziehen. Die Vision soll dazu inspirieren, über den Status quo hinauszudenken und nach innovativen Wegen zu suchen, um einen positiven Beitrag zur Gesellschaft und zur Umwelt zu leisten. Sie dient als Referenzpunkt für die Beurteilung der Fortschritte und ermöglicht es, die Leistungen im Hinblick auf die langfristigen nachhaltigen Ziele zu bewerten. Insgesamt fördert die Formulierung einer Vision innerhalb des Leitbildprozesses die Einheit, Klarheit und den gemeinsamen Fokus auf

Nachhaltigkeit und stärkt somit die Position des Thüringer Tourismus als verantwortungsbewusster Akteur in einer sich wandelnden Welt.

Thüringen ist ein grüner, lebens- und liebenswerter Schatz in der Mitte Deutschlands. Nachhaltigkeit ist im Thüringer Tourismus ein integraler Bestandteil des Denkens und Handelns und wird nach innen und außen gelebt. Wir inspirieren und bieten innovative, regionale und qualitativ hochwertige Lösungen für den Gast und die beteiligten Akteure. Wir begeistern dafür, Thüringen nachhaltig zu entdecken - spürbar und erlebbar.

Die formulierte Vision hebt die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Kontext des Thüringer Tourismus hervor und beschreibt, wie Nachhaltigkeit in den verschiedenen Aspekten des touristischen Erlebnisses integriert wird. Im ersten Satz wird Thüringen als lebens- und liebenswerter Schatz präsentiert. Hier wird verdeutlicht, dass Thüringen eine einzigartige Region in der Mitte Deutschlands ist, die aufgrund ihrer natürlichen und kulturellen Ressourcen als besonders wertvoll wahrgenommen wird. Dies soll sich nicht verändern. Der zweite Satz unterstreicht, dass Nachhaltigkeit nicht nur eine bloße Ergänzung, sondern eine grundlegende Denk- und Handlungsweise im Thüringer Tourismus ist. Dies bedeutet, dass Nachhaltigkeit nicht nur oberflächlich behandelt wird, sondern in allen

Entscheidungen und Aktionen tief verankert werden soll. Zudem wird betont, dass Nachhaltigkeit sowohl intern (innerhalb der Tourismusorganisationen) als auch extern (gegenüber den Gästen und allen anderen Akteur:innen) praktiziert wird. Im dritten Satz wird darauf hingewiesen, dass Thüringen inspirierende und qualitativ hochwertige Ansätze sowohl für die Gäste als auch die beteiligten Akteur:innen des Tourismus anbieten wird. Innovation, Regionalität und Qualität sind untrennbare Elemente von Nachhaltigkeit, die diese unterstützen. Der vierte Satz hebt hervor, dass Nachhaltigkeit nicht nur ein theoretisches Konzept sein soll, sondern dass die Gäste ermutigt werden sollen, die natürliche und kulturelle Umgebung bewusst zu erleben und zu schätzen. Das Wort "spürbar" hebt die Erfahrung hervor, die die Gäste während ihrer nachhaltigen Reise machen können. Dies verdeutlicht das Bestreben, einen echten positiven Einfluss auf die Gäste zu haben und sie dazu zu inspirieren, nachhaltige Gewohnheiten zu entwickeln.

c. Leitsätze

Außerdem zählen Leitsätze zu den grundlegenden Elementen des Leitbildes. Diese beinhalten Kernaussagen über grundlegende Werte und bilden übergeordnete, jedoch gleichzeitig greifbare Prinzipien für das nachhaltige Handeln. Die acht folgenden Leitsätze sollen so

Orientierung für das tägliche Handeln im Thüringer Tourismus bieten.

1. Wir setzen auf nachhaltiges Wirtschaften als Chance zur Zukunftssicherung und Qualitätssteigerung des Thüringer Tourismus.

Leitsatz 1 verdeutlicht, dass nachhaltiges Wirtschaften nicht nur ökologisch wichtig ist, sondern auch als Möglichkeit zur Verbesserung der Qualität und Zukunftsfähigkeit des Thüringer Tourismus angesehen wird. Dies deutet darauf hin, dass Nachhaltigkeit ein wichtiges Erfolgskriterium ist.

2. Wir wollen ehrlich gemeinte Nachhaltigkeit mit Überzeugungskraft und Durchhaltevermögen vorantreiben und leben.

Hier wird hervorgehoben, dass Nachhaltigkeit ein kontinuierlicher Prozess ist, der Engagement, Überzeugung und Ausdauer erfordert. Die Erwähnung von "ehrlich gemeint" und "Durchhaltevermögen" unterstreicht die Notwendigkeit, Nachhaltigkeit nicht oberflächlich, sondern mit Ernsthaftigkeit und echtem Einsatz zu verfolgen.

3. Wir gehen wertschätzend mit uns, unseren Ressourcen und unserer Umwelt um und bewahren die Traditionen unserer Region.

Dieser Satz zeigt, dass nicht alles neu gedacht werden muss, sondern auch Bestehendes wertgeschätzt und gelebt werden sollte.

4. Wir arbeiten gemeinsam und demokratisch und fördern Austausch und Vernetzung. Wir achten darauf, alle Akteur:innen mitzunehmen, uns mit Offenheit zuzuhören und uns gegenseitig zu unterstützen.

Leitsatz 4 unterstreicht die Bedeutung der Zusammenarbeit, Offenheit und gegenseitigen Unterstützung. Die Betonung darauf, alle Akteur:innen mitzunehmen, beinhaltet auch das Thema Barrierefreiheit, um eine Teilhabe für alle Menschen zu ermöglichen. "Gute Arbeit" wird mit der gemeinsamen und demokratischen Arbeitsweise verdeutlicht. Außerdem stehen hier die gemeinsame Verantwortung und das Engagement aller Beteiligten hervor.

5. Wir schaffen Bewusstsein für Nachhaltigkeit und sorgen mit Impulsen und Leitlinien dafür, dass nachhaltiges Wirtschaften auf allen Ebenen in die Umsetzung gebracht wird.

Dieser Satz betont die Notwendigkeit, Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen und klare Richtlinien und Impulse zu setzen, um einen umfassenden, strukturierten Wandel auf allen Ebenen zu erreichen.

6. Wir erarbeiten authentische und ganzheitlich gedachte Maßnahmen.

Leitsatz 6 unterstreicht das Bestreben, Maßnahmen zu entwickeln, die im Einklang mit den Werten und Zielen stehen. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass Maßnahmen gut durchdacht und zur Region und den Betrieben passen müssen, um als authentisch wahrgenommen zu werden.

7. Wir schätzen die Heterogenität unserer Regionen und sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit auf verschiedenen Wegen erreicht werden kann. Dabei profitieren wir durch viele unterschiedliche Blickwinkel.

Hier wird die Vielfalt der Regionen Thüringens verdeutlicht und die Überzeugung ausgedrückt, dass es verschiedene Perspektiven zur Nachhaltigkeit gibt. Dies hebt hervor, dass Nachhaltigkeit an die individuellen Gegebenheiten und Potenziale angepasst werden kann.

8. Auch kleine Schritte führen uns zum Ziel.

Der achte Satz hebt hervor, dass auch kleine Veränderungen eine wichtige Rolle spielen und zum Gesamterfolg beitragen. Er verdeutlicht, dass auch Anfänger:innen mit ersten Maßnahmen bereits eine Veränderung anstoßen können und dabei unterstützt werden sollte.

d. Handlungsfelder

Auf Basis der grundlegenden Elemente wurden die folgenden acht Handlungsfelder mit dazugehörigen übergeordneten Zielen entwickelt:

1. *Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen*
2. *Unternehmenskultur & Beschäftigungsqualität*
3. *Ressourcenschonung auf Betriebsebene*
4. *Klimaschutz und -anpassung*
5. *Umweltschutz*
6. *Nachhaltige Angebote*
7. *Umweltfreundliche Mobilität*
8. *Nachhaltigkeitskommunikation*

Diese acht Handlungsfelder sind stark miteinander verbunden und zahlen gegenseitig aufeinander ein. Daher lassen sich oft Verknüpfungspunkte und Schnittstellen finden. Sie sind daher als ganzheitliches Konzept zu verstehen und nicht strikt voneinander zu trennen.

Für jedes Handlungsfeld wird zunächst seine Relevanz und das übergeordnete Ziel vorgestellt.

Um die Handlungsfelder zu vertiefen, wurden im Prozess außerdem bereits konkrete Vorschläge für die Umsetzung überlegt. Diese Vorschläge werden in den Kapiteln der jeweiligen Handlungsfelder kurz erläutert, tiefergehende Erläuterungen zu einzelnen Maßnahmen sind im Anhang als Projektideen (ohne Ergänzungen, wie von den Teilnehmenden im Workshop erarbeitet) zu finden.

Darauf folgt eine Verbindung zu den fünf bestehenden Handlungsfeldern aus der Thüringer Nachhaltigkeitsstrategie von 2018.

Nachfolgend werden die acht Handlungsfelder vertiefend dargestellt.

1. Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen

Für eine effektive Implementierung einer nachhaltigen Entwicklung ist eine fördernde Ausrichtung der Strukturen, der Prozesse und des Managements essentiell. Maßnahmen in diesem Bereich entfalten einen Strahleffekt auf alle anderen Bereiche, da hier die Basis für die (Entscheidungs-)Prozesse gelegt wird.

Um Akteur:innen zu vernetzen und Synergieeffekte nutzen zu können, sollten für das gesamte Bundesland nachhaltigkeitsfördernde Strukturen geschaffen werden. Hierbei liegt die Hauptverantwortung bei der LTO, die darauf abzielt, diese Rahmenbedingungen zu etablieren. Gleichzeitig können auch die Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) auf ihrer regionalen Ebene zur Umsetzung und Förderung dieser Strukturen beitragen. Auch unternehmensintern sollten entsprechende Strukturen aufgebaut werden, damit der Nachhaltigkeitsgedanke auf allen Ebenen etabliert wird.

Um die gewünschte Richtung festzulegen, wurde für jedes Handlungsfeld ein übergeordnetes Ziel formuliert.

Übergeordnetes Ziel

Wir möchten, dass das Thema Nachhaltigkeit als fester Bestandteil und Wert im Thüringer Tourismus gesehen wird.

Dieser soll in der strategischen Ausrichtung auf allen Ebenen verankert und als selbstverständlich berücksichtigt werden.

Durch klare Strukturen, nachhaltigkeitsorientierte Prozesse und transparente Berichterstattung werden starke, vertrauenswürdige Institutionen geschaffen (SDG 16), die gemeinsam partnerschaftlich an der Erreichung der SDGs arbeiten (SDG 17). Vernetzung ermöglicht, dass Akteur:innen von- und miteinander lernen können (SDG 4) und auf diesem Wege einen Beitrag dazu leisten, nachhaltige Städte und Gemeinden zu gestalten (SDG 11).



Beispiele der Maßnahmen:

Die erste mögliche Maßnahme ist die **Verankerung von Nachhaltigkeit als Leitmaxime** in der neuen Landestourismusstrategie ab 2025, sowie in den regionalen Strategien. Die Integration von Nachhaltigkeit als unverzichtbares Element eines zukunftsfähigen Tourismus unterstreicht die Bedeutung dieses Ansatzes. Indem strategische Vorschläge und Anliegen an Regierungsbehörden, Tourismusverbände oder andere relevante Instanzen (z.B. DEHOGA, IHK, Förderungen TAB) herangetragen werden, können politische Unterstützung und finanzielle Ressourcen für

nachhaltige Initiativen gewonnen werden.

Eine weitere Maßnahme ist die **strategische Weiterentwicklung der Destinationen**. Die Analyse der Ist-Situation mit Hilfe von etablierten Nachhaltigkeitsanalysen und Kriterienkatalogen würde hier eine fundierte und strukturierte Grundlage für die strategische Weiterentwicklung bieten. In diesem Zuge kann auch das gesamte Bundesland als nachhaltiges Reiseziel von TourCert zertifiziert werden. Des Weiteren können Destinationen verschiedene Ansätze ausprobieren und gut funktionierende Beispiele miteinander teilen. Regelmäßiger Austausch würde zudem ermöglichen, Erfolge und Misserfolge zu teilen und gemeinsam an verbesserten Ansätzen zu arbeiten.

Auch die Unternehmensstrategien der einzelnen Betriebe sollten Nachhaltigkeit berücksichtigen und messbare Indikatoren enthalten. Die **gemeinschaftliche Entwicklung von messbaren Indikatoren** (KPIs) zu den im Leitbild definierten Handlungsfeldern stellt eine weitere Maßnahme dar, die einen wichtigen Aspekt in Hinblick auf die politische Relevanz darbietet. Diese ermöglicht eine objektive Bewertung der Fortschritte in Bezug auf Nachhaltigkeitsziele. KPIs dienen als Leitlinien und Orientierungshilfen, um den Erfolg der Strategien zu bewerten und gegebenenfalls Anpassungen vorzunehmen. Von Bedeutung ist hier außerdem die Entwicklung von KPIs, die über den rein wirtschaftlichen Erfolg

hinausgehen und soziale sowie Umweltaspekte mit einbeziehen. Durch eine gemeinschaftliche Entwicklung soll sichergestellt werden, dass die KPIs für alle Beteiligten mess- und umsetzbar sind.

Eine weitere Maßnahme ist die **Verbesserung des Wissensmanagements** zu den Nachhaltigkeitsthemen. Durch eine übersichtliche und zugängliche Bereitstellung von Wissen für alle Beteiligten wird eine gemeinsame Grundlage geschaffen, durch die zeitsparend mit dem neuesten Wissensstand gearbeitet werden kann. Mit einer strukturierten Aufbereitung und Bereitstellung von Informationen zu verschiedenen Nachhaltigkeitsthemen können Akteur:innen schnell auf benötigte Ressourcen zugreifen und ihr Handeln besser auf Nachhaltigkeitsziele ausrichten. Dafür können auch das bereits vorhandene Tourismusnetzwerk Thüringen (TNT) sowie die KoRa (Kommunikationsräume) genutzt werden. Außerdem arbeitet die TTG parallel bereits an einem Projekt zum Wissensmanagement mit einem "Community-First-Ansatz", wodurch die Bedürfnisse der Akteur:innen in die Konzeptentwicklung einfließen können und das Voneinander-Lernen ermöglicht wird.

Auch die **Platzierung von Nachhaltigkeit in Netzwerken** leistet einen Beitrag zur Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen. Die Integration von Nachhaltigkeit

in Netzwerken und Verbänden, die sich bisher weniger intensiv mit diesem Thema beschäftigen, eröffnet die Möglichkeit, eine breitere Wirkung zu erreichen. Dies schafft Bewusstsein und Verständnis für Nachhaltigkeit in neuen Kreisen und fördert den Austausch von bewährten Praktiken. Auch die Einrichtung von speziell darauf ausgelegten **Wissenscommunities** schafft Raum, um sich regelmäßig zum Thema Nachhaltigkeit und Tourismus auszutauschen. Durch den persönlichen Kontakt entstehen Synergien und Kooperationen, die zu ganzheitlichen und nachhaltigen Ansätzen in der Tourismusentwicklung führen können. Die **Einrichtung von Arbeitsgruppen** zu spezifischen Nachhaltigkeitsthemen ermöglicht es ebenfalls, Fachwissen zu bündeln und gezielte Lösungsansätze gemeinschaftlich zu entwickeln.

Auch die **Finanzierung von Nachhaltigkeit** soll im Handlungsfeld 1 angegangen werden. Beispielsweise stellt die Festlegung von Nachhaltigkeitskriterien als Voraussetzung für Fördermittel sicher, dass finanzielle Ressourcen gezielt für nachhaltige Projekte eingesetzt werden. Die Entwicklung alternativer Finanzierungsmöglichkeiten fördert kreative Ansätze (wie z.B. gemeinschaftlicher Besitz, Genossenschaften) und langfristige Investitionen in nachhaltige Initiativen. Dafür können Veranstaltungen organisiert werden oder nach guten Beispielen aus anderen Destinationen

gesucht werden. Bei der Finanzierung sollte Wert darauf gelegt werden, langfristig und nicht projektbezogen zu denken.

Die **Einbindung der einheimischen Bevölkerung** in strategische touristische Entwicklungen sorgt für Akzeptanz und fördert lokales Engagement. Indem lokale Gemeinschaften, beispielsweise mit Diskussionsforen oder Umfragen, partizipativ in Entscheidungsprozesse einbezogen werden, entstehen nachhaltige Lösungen, die die Bedürfnisse der Gemeinschaft berücksichtigen und die touristische Entwicklung langfristig unterstützen.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Bildung und lebenslanges Lernen

Nachhaltiger Konsum
und nachhaltiges Wirtschaften

Durch Wissensvermittlung und Vernetzung sollte *Bildung und lebenslanges Lernen* für nachhaltige Entwicklung in der formellen und informellen Bildung auch im Tourismusbereich verankert werden. Durch Maßnahmen in diesem Bereich kann lebenslanges Lernen gestärkt werden. Es ist wichtig, dass touristische Akteur:innen die Auswirkungen des eigenen Handelns kennen und Verantwortung übernehmen. Im Endeffekt wird dadurch auch *nachhaltiger Konsum und nachhaltiges Wirtschaften* sowie die Innovationsfähigkeit der Akteur:innen gestärkt.

2. Unternehmenskultur & Beschäftigungsqualität

Um gute Arbeitsbedingungen im gesamten Thüringer Tourismus zu schaffen, müssen zunächst alle Betriebe selbst an ihrer Unternehmenskultur, d.h. den gemeinsamen Werten, Normen und Verhaltensmustern, die die Arbeitsweise und das Miteinander im Betrieb prägen, arbeiten.

Um Nachhaltigkeitsmaßnahmen erfolgreich umzusetzen, ist es wichtig, dass diese von innen nach außen gelebt werden. Das bedeutet, dass die Mitarbeitenden im ersten Schritt verstehen müssen, warum Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema ist und in die Transformation eingebunden werden sollten. So können sie zu Botschafter:innen der nachhaltigen Entwicklung werden. Zudem wird das Zugehörigkeitsgefühl der Mitarbeitenden zum Betrieb mit Maßnahmen in diesem Bereich gesteigert.

Unterstützung in Form von Maßnahmenvorschlägen oder Workshops kann dabei von DMO und LTO Seite angeboten werden. Diese sind ebenfalls angehalten, an der Beschäftigungsqualität im eigenen Betrieb zu arbeiten.

Auch für dieses Handlungsfeld wurde eine übergeordnete Zielsetzung formuliert, die die gewünschte Richtung vorgibt:

Übergeordnetes Ziel

Wir bringen unseren Mitarbeitenden in Thüringer Tourismusbetrieben Wertschätzung gegenüber. Wir fördern Diversität, Integration und Chancengleichheit sowie aktive Einbindung der Mitarbeitenden in Entscheidungs- und Nachhaltigkeitsprozessen.

Dieses Ziel basiert auf der Überzeugung, dass alle Mitarbeitenden, unabhängig von Geschlecht (SDG 5), Religions- oder Staatangehörigkeit, Einschränkungen oder anderweitigen Unterschieden (SDG 10) einen menschenwürdigen Arbeitsplatz verdienen (SDG 8), an dem sie sich gern einbringen. In einem Betrieb mit einer hohen Beschäftigungsqualität wird die Gesundheit der Mitarbeitenden gefördert (SDG 3) und ihre berufliche Weiterbildung unterstützt (SDG 4).



Beispiele der Maßnahmen:

Um eine inklusive Unternehmenskultur zu etablieren, die von Transparenz und Respekt geprägt ist, ist eine **wertebasierte Unternehmensführung** von großer Bedeutung. Entwicklung eines gemeinsamen Werteverständnisses, z.B. in Form eines Unternehmensleitbildes, schafft eine gemeinsame Identität und ein starkes

Zusammengehörigkeitsgefühl unter allen Mitarbeitenden. Ein Bottom-up-Ansatz und flache Hierarchien schaffen eine Kultur der Offenheit und Zusammenarbeit, die Innovation fördert und das gesamte Unternehmen stärkt.

Dazu gehören selbstverständlich auch **Inklusion, Diversität und Chancengleichheit** aller Angestellten. Diese sollten schriftlich in den Unternehmensrichtlinien festgehalten und sowohl nach innen als auch nach außen kommuniziert und gelebt werden. Zudem kann die *“Charta der Vielfalt”* als Selbstverpflichtung unterzeichnet werden.

Gemeinsam mit Mitarbeitenden sollen Maßnahmen zur **Verbesserung der Beschäftigungsqualität** erarbeitet werden. Durch die Einführung von Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf (wie z.B. flexible Arbeitszeiten) sowie zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz (z.B. ergonomische Ausstattung, Sportkurse, Jobbike) wird Engagement für das Wohl der Mitarbeitenden gezeigt. Dies steigert nicht nur ihre Lebensqualität, sondern trägt auch zur langfristigen Bindung und Motivation bei. Mit einer betrieblichen Altersvorsorge wird langfristig die finanzielle Sicherheit der Mitarbeitenden unterstützt. Befragungen zur Zufriedenheit der Mitarbeitenden geben die Möglichkeit, gezielt Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten. Dies ist von entscheidender Bedeutung, da zufriedene

und engagierte Mitarbeitende das Rückgrat eines jeden Betriebes bilden.

Auch die **Bewusstseinssteigerung in Bezug auf Nachhaltigkeit** ist ein Schritt in Richtung einer nachhaltigen Zukunft. Mit Schulungsangeboten in diesem Bereich geben Betriebe ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, dazuzulernen und sich aktiv für umweltfreundliches Handeln einzusetzen, um gemeinsam positive Auswirkungen zu erzielen. Diese Verantwortungsübernahme führt zu mehr Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden und dies hat wiederum einen positiven Effekt auf den Betrieb, weil es zu Ressourcen- und somit Kosteneinsparungen führt.

Veränderungen sind unausweichlich, aber effektives **Change Management** ist der Schlüssel zur erfolgreichen Umsetzung. Indem die Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse einbezogen und bevorstehende Veränderungen transparent kommuniziert werden, wird Vertrauen geschaffen und die Akzeptanz der Änderungen gefördert. Auch die Einführung von Nachhaltigkeitsprozessen ist eine Transformation, die ein effektives Change Management erfordert. Da die Mitarbeitenden die betrieblichen Prozesse genau kennen, wissen sie auch um Optimierungspotenziale. Das Einbringen von Ideen der Mitarbeitenden sollte daher aktiv gefördert und belohnt werden.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Reduzierung von Ungleichheit

Bildung und lebenslanges Lernen

Auch in diesem Bereich wird durch Schulungen *Bildung und lebenslanges Lernen* innerhalb der touristischen Unternehmen gefördert. Durch Maßnahmen zur Bewusstseinssteigerung werden verschiedene Aspekte von nachhaltiger Entwicklung vermittelt und die Mitarbeitenden zur Teilhabe befähigt.

Durch Inklusion und Chancengleichheit wird *Ungleichheit reduziert* und die Teilhabe aller, auch Menschen mit Behinderung oder mit Migrationshintergrund, am beruflichen Leben ermöglicht und gefördert.

3. Ressourcenschonung auf Betriebsebene

Dem Einsparen von Ressourcen wie beispielsweise Energie, Wasser und Abfall sowie dem Vermeiden von Emissionen und Abfall kommt eine hohe Bedeutung zu. Ressourcenknappheit und Umweltbelastungen sind globale Herausforderungen, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Auswirkungen haben. Durch gezieltes Ressourcenmanagement und Anstrengung einer Kreislaufwirtschaft können ökologische Fußabdrücke reduziert und negative Umweltauswirkungen minimiert werden, was einen direkten Beitrag zum Klimaschutz leistet. Dies trägt zur Erhaltung der natürlichen Ressourcen sowie zur Schaffung einer lebenswerten Umwelt für kommende Generationen bei.

Jeder einzelne Betrieb und jeder einzelne Mitarbeitende trägt Verantwortung, Reduktionsziele zu setzen und diese umzusetzen. Auch kleine Maßnahmen sind notwendig, um ein großes Ganzes zu erreichen. Eine besondere Verantwortung in diesem Handlungsfeld kommt der TTG sowie den einzelnen DMOs zu, die die Betriebe übergeordnet unterstützen sollen.

Die richtungsweisende Zielsetzung für das Handlungsfeld 3 lautet wie folgt:

Übergeordnetes Ziel

Anhand festgelegter Kennzahlen optimieren wir unsere Prozesse und Wertschöpfungsketten, um die Umweltbilanz der touristischen Betriebe zu verbessern.

Durch die Umsetzung nachhaltiger Praktiken sowohl in der Produktion als auch im Konsum (SDG 12) sparen wir Ressourcen, wie Energie (SDG 7) und Wasser (SDG 6). Mit diesen Einsparungen wird der Ausstoß der klimaschädlichen Emissionen reduziert und ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet (SDG 13).



Beispiele der Maßnahmen:

Die **Festlegung von Key Performance Indicators** (KPIs) im Bereich des Ressourcenverbrauchs auf Betriebsebene ermöglicht eine messbare Überwachung des Fortschritts. Die Einführung von Umweltmanagementsystemen (z.B. EMAS oder ISO 14001) und Zertifizierungen (branchenabhängig) strukturiert die Nachhaltigkeitsmaßnahmen, fördert bewährte Praktiken und inspiriert zu kontinuierlichen Verbesserungen. Mit der Benennung von Verantwortlichen für

Nachhaltigkeit wird die Integration dieser auf allen Ebenen des Unternehmens gewährleistet.

Eine schrittweise reale **Minimierung der Umweltauswirkungen** ist von höchster Relevanz für den Erhalt der Natur für die zukünftigen Generationen. Dies betrifft Bereiche wie Energie, Wasser, Abfall, Papier, und Versiegelung der Landflächen. Einsparungen können u.a. durch Effizienzsteigerung, Umstellung auf nachhaltig zertifizierte Materialien, regionale Lieferketten und Digitalisierung von Prozessen erreicht werden. Jedes Unternehmen sollte daher eine Analyse durchführen, um herauszufinden, welche Ressourcen in welcher Höhe verbraucht werden und wo eingespart werden kann.

Die **Berechnung des CO₂-Fußabdrucks** ermöglicht es, den eigenen Beitrag zum Klimawandel zu verstehen und gezielte Maßnahmen zur Reduzierung der Emissionen zu entwickeln. Auch Anreize für **nachhaltige Mobilität der Mitarbeitenden** und Geschäftsreisen sind notwendig, um den ökologischen Fußabdruck zu verringern. Die verbleibenden Emissionen können dann kompensiert werden, um die negativen Effekte auszugleichen und den ökologischen Fußabdruck zu verringern.

Die Einführung einer **nachhaltigen Beschaffung** ist ebenfalls von großer

Bedeutung, da sie sicherstellt, dass die verwendeten Produkte und Dienstleistungen ökologisch und sozial verträglich sind. Die Entwicklung von Werkzeugen für verschiedene Produktkategorien kann dabei helfen, klare Standards festzulegen und die Beschaffung nachhaltiger Optionen zu erleichtern. Durch die Bildung von Einkaufsgemeinschaften können nachhaltige Lieferketten gefördert und gleichzeitig der Aufwand für Recherche und Vergleichbarkeit reduziert werden.

Die **regelmäßige und transparente Berichterstattung** in Form von freiwilligen Nachhaltigkeitsberichten fördert die Verantwortlichkeit und macht Fortschritte sichtbar. Die Dokumentation der Entwicklungen im Nachhaltigkeitsbereich ermöglicht es, aus diesen zu lernen und gute Beispiele zu teilen. Dies stärkt nicht nur die eigene Nachhaltigkeitsperformance, sondern trägt auch zur Weiterentwicklung der gesamten Branche bei.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltiger Konsum
und nachhaltiges Wirtschaften

Klima, Energie und nachhaltige Mobilität

Dieser Bereich fördert den effizienten Umgang mit Ressourcen, beispielsweise durch die Digitalisierung von Prozessen, nachhaltige Beschaffung oder

Umweltmanagementsystemen. Zudem wird mit nachhaltiger Beschaffung und einem nachhaltigen Abfallmanagement ein Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft getan, was zum *nachhaltigen Konsum und nachhaltigem Wirtschaften beiträgt*. Der Bereich *Klima, Energie und nachhaltige Mobilität* wird u.a. durch den Ausbau erneuerbarer Energien und die Steigerung der Energieeffizienz angegangen, was eine nachhaltige Energieversorgung gewährleisten soll.

4. Klimaschutz und -anpassung

Im Angesicht des fortschreitenden Klimawandels und der wachsenden Besorgnis über das Erreichen kritischer Umweltkipppunkte wird die Dringlichkeit für verstärkte Maßnahmen im Bereich des Klimaschutzes und der -anpassung immer deutlicher. Obwohl politische Ziele formuliert wurden, wird zunehmend klar, dass zusätzliche Anstrengungen erforderlich sind, um den globalen Temperaturanstieg auf ein nachhaltiges Niveau zu begrenzen und gleichzeitig auf die bereits spürbaren Auswirkungen des Klimawandels vorbereitet zu sein. Die Maßnahmen zur Ressourceneinsparung aus Handlungsfeld 3 wirken sich demnach auch auf die Thematik des Klimaschutzes in Handlungsfeld 4 aus.

Verantwortung dafür tragen alle Akteur:innen in ihrem alltäglichen Handeln. Besondere Verantwortung kommt den Naturschutzverbänden sowie der administrativen Verwaltung und den Fördermittelgebern zu, um das Bewusstsein zu stärken und Regelungen und Anreize zu schaffen.

Im Handlungsfeld 4 wurde nachfolgendes übergeordnetes Ziel formuliert.

Übergeordnetes Ziel

Mit Mut und Fantasie entwickeln wir Strategien und Maßnahmen zur CO₂-Einsparung im Tourismus und bewegen

uns hin zu einer klimafreundlichen Kreislaufwirtschaft. Wir stärken die Resilienz der Tourismusbetriebe, indem wir uns aktiv an den Klimawandel anpassen.

Durch die regionsweite Umstellung auf erneuerbare Energien (SDG 7) soll ein Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden (SDG 13). Auch in diesem Bereich sollten mögliche Synergieeffekte genutzt werden (SDG 17), um effizient und mit erforderlicher Geschwindigkeit voranzukommen.



Beispiele der Maßnahmen:

Die **Einführung von Klimawerkstätten** schafft eine partizipative Plattform, um gemeinsam klimafreundliche Lösungen und Produkte zu entwickeln. Indem Raum für Beteiligung geschaffen und das vorhandene Wissen der Beteiligten genutzt wird, fördern wir Kreativität und Engagement. Dies kann z.B. auf DMO-Ebene veranstaltet werden, um regionsbezogene Lösungen zu entwickeln. Die Herausforderung dabei besteht darin, Menschen zur Teilnahme zu motivieren, um vielfältige Perspektiven und Ideen zu integrieren und somit zielgerichtete Lösungsansätze zu entwickeln.

Auch die **Organisation von Schulungen** zum Thema Klima und die **Bereitstellung von**

Leitfäden sind wichtige Schritte, um Wissen zu vermitteln und für die betriebliche Ebene konkrete Hilfestellungen zu geben. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, die Akteur:innen im Tourismussektor für klimafreundliche Praktiken zu sensibilisieren und ihnen Werkzeuge an die Hand zu geben, um ihre Angebote nachhaltig zu gestalten.

Die direkte und indirekte Beratung von Betrieben ermöglicht maßgeschneiderte Lösungen, die auf die individuellen Bedürfnisse und Herausforderungen jedes Betriebs eingehen. So können beispielsweise individuelle Reduktionspotentiale aufgedeckt, Emissionen reduziert und im nächsten Schritt kompensiert werden. Die Ergebnisse dieser Beratungen können als bewährte Praktiken für andere zugänglich gemacht werden, was zu einer kollektiven Wissensverbreitung und -nutzung führt.

Neben Weiterbildungsmaßnahmen ist auch die **Analyse der Auswirkungen von Klimaveränderungen** auf den eigenen Betrieb und die eigenen Angebote unerlässlich, um frühzeitig auf Veränderungen reagieren zu können. Dieser proaktive Ansatz unterstützt das Krisenmanagement und stärkt die Resilienz des Betriebes. Die Identifikation von Anpassungsstrategien ermöglicht es, Produkte und Dienstleistungen zukunftsfähig und langfristig relevant und attraktiv zu gestalten.

Die analysierten Auswirkungen und mögliche

Anpassungsstrategien sollten außerdem **transparent dargestellt** werden. So kann Bewusstsein und Verantwortung bei Gästen und Anbietern geschaffen werden. Der Fokus auf Transparenz und Glaubwürdigkeit fördert Vertrauen und ermöglicht es den Menschen, informierte Entscheidungen zu treffen und nachhaltige Optionen zu wählen.

Für den Fall eintretender Klimakatastrophen ist eine klare **Abstimmung von Verantwortlichkeiten und Aktionsplänen** von entscheidender Bedeutung, um angemessen auf Notfälle reagieren zu können. Da DMOs oft die ersten Ansprechpartner für Gäste sind, ist es wichtig, gut vorbereitet zu sein und effektive Maßnahmen zu ergreifen, um die Sicherheit und Zufriedenheit der Gäste zu gewährleisten.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Klima, Energie und nachhaltige Mobilität

Klimaschutz soll in Strategien auf allen Ebenen des touristischen Managements verankert werden. Nur auf diesem Wege können gemeinsam (z.B. in Klimawerkstätten) Lösungen erarbeitet werden, die zur Reduktion der klimaschädlichen Emissionen beitragen. Die Folgen des Klimawandels sind im Tourismusbereich gravierend, da sie sich direkt auf das Angebot und die Nachfrage auswirken. Deshalb sind die Maßnahmen in diesem Bereich unersetzlich.

5. Umweltschutz

Im Handlungsfeld Umweltschutz verlagert sich der Fokus von der betrieblichen Ebene auf die gesamte Destination als lebendiges Ökosystem. Dies ermöglicht die Erhaltung und nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen wie Wasser sowie die effektive Bewältigung von Umweltbelastungen wie Abfall. Durch eine ganzheitliche Herangehensweise können negative Auswirkungen auf die Umwelt minimiert und natürliche Ressourcen nachhaltig genutzt werden. Dies schafft ein attraktives Umfeld sowohl für Gäste als auch für Einheimische. Zusätzlich hat die Umweltbildung in diesem Kontext Bedeutung, da sie ein tiefes Verständnis für die Natur fördert und den Wert von Naturschutzmaßnahmen verdeutlicht. Dabei entscheidend ist, dass Gäste und Anwohner:innen aktiv in den Schutz und die Erhaltung der natürlichen Umgebung eingebunden werden.

Hauptverantwortlich für die Umsetzung dieses Handlungsfeldes sind die Naturschutzverbände, die als Experten in Kooperation mit den touristischen Akteur:innen Maßnahmen umsetzen. Dabei unterstützend wirken Medien, die die Maßnahmen kommunizieren.

Im Handlungsfeld Umweltschutz wurde die nachfolgende übergeordnete Zielsetzung formuliert.

Übergeordnetes Ziel

Gemeinsam sorgen wir dafür, dass der Wert der Umwelt bewusst wahrgenommen wird. Unsere Aktivitäten gestalten wir im Einklang mit der Natur, wodurch wir diese schätzen und schützen.

Das Ziel basiert auf der Annahme, dass durch Bewusstseinssteigerung und Weiterbildung im Bereich Umwelt (SDG 4) der Wert der Natur von den Gästen sowie allen weiteren Tourismusakteur:innen geschätzt werden kann. Das, was geschätzt wird und dessen Wert wir kennen, schützen wir. So wird zum Umweltschutz in den Gewässern (SDG 14) und an Land (SDG 15) beigetragen.



Beispiele der Maßnahmen:

Die **Sensibilisierung für Wassersparen und Wasserqualität** trägt zum Umweltschutz bei, da Wasser eine knappe Ressource ist und der verantwortungsvolle Umgang damit zur Nachhaltigkeit beiträgt. Die Erhaltung der Wasserqualität ist nicht nur die Grundlage für einen florierenden Tourismus, sondern wird auch durch tourismusbedingte Aktivitäten beeinflusst. Die Einrichtung von Stationen zum Auffüllen von Wasserflaschen, wie z.B. Trinkbrunnen oder "Refill-Stationen", ist ein

praktisches Beispiel dafür, wie Gäste dazu ermutigt werden können, umweltfreundliche Entscheidungen zu treffen.

Auch ein gutes **Abfallmanagement** und entsprechende Maßnahmen sind von großer Bedeutung, um die Umweltauswirkungen des Tourismus in der Destination zu minimieren. Die Anpassung der Anzahl der Mülleimer in Hotspots und die Förderung von Upcycling, Recycling und einheitlichen Mehrwegsystemen reduzieren Abfall und tragen zur Kreislaufwirtschaft bei. Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen durch Initiativen wie Refood, Foodsharing und Too Good To Go reduziert nicht nur Verschwendung, sondern unterstützt auch soziale und ökologische Ziele.

Perspektivisch kann die Einführung von **Besucherlenkungsmaßnahmen** von großer Bedeutung sein, da diese dazu beitragen, die Belastung von bekannten Touristen-Hotspots zu reduzieren und gleichzeitig weniger frequentierte Orte zu fördern. Auf diese Weise kann gesteuert werden, dass Schutzgebiete beispielsweise in Zeiten der Vogelbrut die Ruhe erhalten, die sie benötigen. Durch die Bereitstellung von Echtzeitinformationen über Auslastung und Parkplatzverfügbarkeit können Gäste und Einheimische ihre Besuche besser planen und zu Zeiten mit geringerer Auslastung reisen.

Die Schaffung von **Anreizen für umweltfreundliche Betriebe** ist entscheidend, um nachhaltiges Verhalten in der Tourismusbranche zu fördern. Dies kann durch Fördermittel oder auch Hervorhebung in der Kommunikation attraktiv werden. Die Hervorhebung solcher Betriebe in Kommunikationsmaßnahmen stärkt nicht nur ihr Engagement, sondern dient auch als positives Vorbild für andere. Auch Wettbewerbe für innovative, nachhaltige Geschäftsmodelle fördern den Wettbewerbsgeist und die kontinuierliche Verbesserung in Bezug auf Nachhaltigkeit. Die nationalen Naturlandschaften (NNLs) bieten mit ihrem Partnerprogramm ebenfalls Anreiz, sich umweltfreundlich aufzustellen, um die Mindeststandards zu erfüllen und Partner zu werden.

Der **Verkauf von Naturparkprodukten** kann als weitere Maßnahme zum Umweltschutz beitragen. So kann mithilfe eines Fonds eine nachhaltige Finanzierungsquelle geschaffen werden, indem von jedem verkauften Naturparkprodukt ein Anteil des Gewinns zur Erhaltung der Landschaft gespendet wird. Gäste, die solche Produkte erwerben, tragen indirekt zum Schutz der Natur bei und schätzen den Wert der natürlichen Umgebung.

Die Förderung **regenerativer Tourismusangebote** verbindet Bildung und Naturschutz miteinander. Naturnahe

Erlebnisse und Aktivitäten, wie z.B. Müllsammelaktionen und Aufforstung, schaffen direkte Bindungen zur Natur und fördern das Engagement der Gäste. Bildungsangebote erhöhen das Bewusstsein der Gäste für Naturschutzthemen. Da die Möglichkeiten in der Ressourceneinsparung der Betriebe zwar groß, aber begrenzt sind - der letztendliche Verbrauch hängt oft vom Gast ab - kommt der Umweltbildung eine bedeutende Rolle in der Ressourceneinsparung und im Umweltschutz zu. Die NNLs sind hierfür ein guter Partner, da sie über das notwendige Wissen verfügen und wissenschaftliche Ergebnisse für ein breites Publikum (unter anderem auch für Tourismusbetriebe) aufbereiten können. Die **Organisation von Veranstaltungsreihen zum Thema Umweltschutz** ermöglicht den aktiven Einsatz für den Erhalt der Natur und die Integration des hinzu gewonnenen Wissens in einen nachhaltigen (beruflichen) Alltag.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Schutz der biologischen Vielfalt

Bildung und lebenslanges Lernen

Mit Erlebnisangeboten und Wissensvermittlung zu den Auswirkungen des eigenen Verhaltens auf die Natur wird das Bewusstsein der Besucher:innen und Einheimischen gesteigert und *Bildung und lebenslanges Lernen* gefördert.

Der Tourismus trägt zudem zur Inwertsetzung der Natur bei. Die Einrichtung von Naturparks und Schutzgebieten für Tourist:innen sorgt dafür, dass die natürliche Umgebung geschätzt und respektiert wird. Dies wiederum unterstützt den *Schutz der biologischen Vielfalt* und fördert den verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt.

6. Nachhaltige Angebote

Mit nachhaltigen Angeboten kann das komplexe und häufig schwer zu verstehende Thema Nachhaltigkeit greifbar heruntergebrochen und für Gäste erlebbar gemacht werden. Die Nachfrage nach solchen nachhaltigen Angeboten steigt zunehmend, da sich immer mehr Reisende bewusst für nachhaltige Optionen entscheiden möchten. Mit der Förderung von nachhaltigen Angeboten wird ein umweltbewusster Konsum unterstützt und die eigenen Nachhaltigkeitswerte nach außen getragen. Nachhaltige Angebote betonen dabei gemäß unserer Definition Aspekte der Umwelt, der Wirtschaft und der Kultur. Angesichts des demographischen Wandels in Deutschland ist uns dabei eine Kultur der Teilhabe besonders wichtig. Mit unseren nachhaltigen Angeboten wollen wir "Komfort für Alle" realisieren, Barrieren reduzieren und relevante Informationen selbstverständlich bereit halten. Für den Aufbau dieser Angebote sind die touristischen Akteur:innen selbst verantwortlich. Unterstützt werden sollten sie dabei finanziell von Fördermittelgebern sowie mit Feedback und Wünschen von Anwohner:innen und Gästen.

Auch für Handlungsfeld 6 wurde eine übergeordnete Zielsetzung formuliert, die die gewünschte Richtung vorgibt.

Übergeordnetes Ziel

Entlang der gesamten Reisekette entwickeln wir attraktive, klimafreundliche und zielgruppenspezifische Angebote. Auch bestehende Angebote entwickeln wir anhand festgelegter sozialer und ökologischer Kriterien weiter.

Durch die Schaffung von klimafreundlichen und innovativen Angeboten und dem Ausbau der notwendigen Infrastruktur in der Tourismusindustrie (SDG 9) wird nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion gefördert (SDG 12). Dies trägt dazu bei, inklusive, sichere, widerstandsfähige und nachhaltige Lebens- und Tourismusorte zu schaffen (SDG 11).



Beispiele der Maßnahmen:

Die Gestaltung einer **nachhaltigen Reisekette** ist von entscheidender Bedeutung, da sie sicherstellt, dass alle Aspekte einer Reise, angefangen von der Planung bis hin zur Rückkehr, umweltfreundlich und sozialverträglich sind. Dies trägt dazu bei, Umweltauswirkungen zu minimieren, soziale Verantwortung zu fördern und nachhaltige Entwicklung zu unterstützen. Nachfolgend

werden einige Beispiele aufgelistet, die Elemente der Reisekette darstellen.

Die Schaffung einer **klimaneutralen Destination** ermöglicht nicht nur Gästen, ihre Reisen umweltverträglich zu gestalten, sondern ermutigt auch Betriebe, diesen Weg einzuschlagen und gemeinsam ganzheitlich klimaneutrale Angebote zu entwickeln. Das bedeutet, dass sowohl klimaneutrale Übernachtungen als auch klimaneutrale Freizeit- und Gastronomieangebote vorhanden sein müssen. Das Projekt "Auf dem Weg zum klimaneutralen Kurort", das der Thüringer Heilbäderverband beim Thüringer Umweltministerium eingereicht hat, zählt somit bereits in das Handlungsfeld 6 ein.

Eine ganzheitlich nachhaltige Reisekette erfordert auch die Umsetzung **nachhaltiger Maßnahmen in der Kulinarik** vor Ort. Diese sollten nicht nur gesunde und qualitativ hochwertige Speisen bieten, sondern Gäste auch für Nachhaltigkeitsaspekte in der Ernährung sensibilisieren, um bewusstes Konsumverhalten zu fördern und lokale Erzeuger zu unterstützen. Vor allem die steigende Nachfrage nach pflanzlichen und regionalen Alternativen sollte berücksichtigt werden. Das Konzept der Planetary Health Diet vereint mit einem wissenschaftlich fundierten Speiseplan beispielsweise gleichermaßen die Gesundheit des Menschen sowie die des Planeten.

Über die Ernährung hinaus sollten **regionale Produkte und Dienstleistungen** in die Angebote integriert werden. Die aktive Bewerbung regionaler Produkte und die Vernetzung von regionalen Akteur:innen fördern lokale Wirtschaftskreisläufe und stärken die Identität der Region. Zudem wird mit dem Einsatz regionaler Alternativen der ökologische Fußabdruck reduziert.

Eine nachhaltige Reisekette ist auch **barrierefrei** und beinhaltet inklusive Angebote für die verschiedenen Zielgruppen. Mit der Erweiterung der "Reisen für alle" Zertifizierungen und der Berücksichtigung von Barrierefreiheit bei allen Angeboten wird sichergestellt, dass der Tourismus für jede Person zugänglich ist. Dies schafft Inklusion und ermöglicht es allen Menschen, an Reiseerlebnissen teilzunehmen. Dabei sollte beachtet werden, dass es neben Mobilitätseinschränkungen, Seh-, Hör- und weiteren körperlichen Einschränkungen auch kognitive Einschränkungen gibt. Um "Komfort für alle" herzustellen, müssen zudem alle Zielgruppen, d.h. z.B. auch ältere Menschen oder Familien mit Kinderwagen berücksichtigt werden. Dies sollte sowohl in den Angeboten selbst als auch in der Kommunikation berücksichtigt werden.

Nachhaltigkeit und Qualität sind eng miteinander verbunden. **Qualitativ hochwertige Angebote** tragen dazu bei, Kunden langfristig zu binden. Um höchste

Qualität zu gewährleisten, wird auf langlebige, umweltfreundliche Materialien zugegriffen. Die enge Verbindung zwischen Qualität und Nachhaltigkeit erfordert eine externe Stelle, die die Qualität der Angebote unabhängig überprüft. Dies ist entscheidend, um sicherzustellen, dass die Betriebe höchste Standards in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit einhalten und somit nachhaltige Wertschöpfung und Kundenzufriedenheit fördern können.

Die Integration von **Nachhaltigkeitsprinzipien in Tagungsangebote** trägt dazu bei, umweltfreundliche Veranstaltungen zu fördern und Bewusstsein für nachhaltiges Handeln in geschäftlichen Kontexten zu schaffen. Durch umweltfreundliche Incentives wird zudem die Sensibilisierung verstärkt.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Nachhaltiger Konsum
und nachhaltiges Wirtschaften

Reduzierung von Ungleichheit

Das Handlungsfeld nachhaltige Angebote trägt auch zur Erfüllung des Handlungsfeldes *Nachhaltiger Konsum und nachhaltiges Wirtschaften* aus der Thüringer Nachhaltigkeitsstrategie von 2018 bei, indem ganzheitlich nachhaltige Angebote geschaffen werden, die die Aspekte Regionalität, Barrierefreiheit und Qualität mit einbeziehen.

Auch zur Erfüllung des Handlungsfeldes *Reduzierung von Ungleichheit* wird beigetragen, indem Barrierefreiheit in allen Angeboten mitgedacht und integriert wird.

7. Umweltfreundliche Mobilität

Angesichts der Tatsache, dass rund 75% der Emissionen einer Reise durch die An- und Abreise entstehen (UNWTO, 2019, S. 12), wird die Bedeutung umweltfreundlicher Mobilitätslösungen im Tourismus besonders deutlich. Die Förderung von Reisemöglichkeiten, die umweltschonend und ressourceneffizient sind, ist sowohl für An- und Abreise als auch für die Fortbewegung vor Ort essentiell. Verantwortlich für die Erfüllung dieses Handlungsfeldes sind hauptsächlich die Mobilitätsanbieter als Erzeuger und die administrative Verwaltung, die diesbezügliche Vorgaben stellt. Darüber hinaus sind auch die LTO und die DMOs in Verantwortung, ihr Anliegen an die Entscheidungsträger:innen heranzutragen. Zudem können die Anwohner:innen und Betriebe als weitere Gruppe hinzugezogen werden, die vom Ausbau einer nachhaltigen Mobilität profitieren und deren Bedürfnisse einbezogen werden sollten.

Die richtungsweisende Zielsetzung für das Handlungsfeld 7 lautet wie folgt.

Übergeordnetes Ziel

Durch Kommunikation, gezielte Dialoge mit Entscheidungsträgern und Anreize schaffen wir Bewusstsein für umweltfreundliche Mobilität bei Gästen, Mitarbeitenden, Verkehrsbetrieben und Politik.

Das übergeordnete Ziel basiert darauf, dass die Infrastruktur für eine umweltfreundliche Mobilität geschaffen wird (SDG 9), die zur Steigerung des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen beiträgt und die Emissionen und somit Auswirkungen auf den Klimawandel reduziert (SDG 13). Auf diesem Weg sollen nachhaltige Städte und Gemeinden geschaffen werden (SDG 11), in denen sich sowohl Anwohner:innen als auch Gäste umweltfreundlich fortbewegen können.



Beispiele der Maßnahmen:

Im ersten Schritt sind der **Austausch mit Mobilitätsverantwortlichen** sowie Lobbyarbeit und die Ausarbeitung von Positionspapieren von entscheidender Bedeutung, um eine koordinierte Herangehensweise an nachhaltige Mobilitätsstrategien zu fördern. Die enge Zusammenarbeit ermöglicht es, effektive Maßnahmen zu entwickeln und politische Entscheidungsträger:innen zu überzeugen, umweltfreundliche Mobilität auf breiterer Ebene zu etablieren.

Die Schaffung von **Anreizen für nachhaltige Mobilität** hingegen ist ein entscheidender Schritt, um Verhaltensänderungen bei Reisenden zu fördern. Durch Rabatte für öffentliche Verkehrsmittel oder die Erhöhung

von Parkgebühren wird eine klare Botschaft gesendet: Umweltfreundliche Fortbewegung wird belohnt. Autofreie Zonen und klimaneutrale An- und Abreisemöglichkeiten tragen dazu bei, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren und die Umweltauswirkungen des Tourismus zu mindern.

Die **Einführung einer Thüringer Gästecard** mit kostenloser Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs würde einen starken Anreiz für umweltfreundliche Mobilität bieten und könnte dazu beitragen, die Nutzung von privaten Fahrzeugen zu reduzieren. Dies fördert nicht nur die Nachhaltigkeit, sondern auch die Wahrnehmung Thüringens als umweltbewusstes Reiseziel.

Die Integration alternativer **Mobilitätsmittel als Erlebnis** in den Tourismussektor bietet unvergessliche Erlebnisse für Reisende. Angebote wie eine Draisinenfahrt, Elektro-Go-Karts oder Panorama-Züge können eine Win-Win-Situation schaffen, bei der sowohl die Umwelt geschont als auch ein einzigartiges Tourismuserlebnis geboten wird.

Die **Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote** ermöglicht es, die individuellen Bedürfnisse und Wünsche verschiedener Reisegruppen zu berücksichtigen. Familien, Fahrradfahrer:innen, Ältere, Einheimische und Tourist:innen haben unterschiedliche Ansprüche an die Mobilitätslösungen. Die Schaffung maßgeschneiderter Lösungen

fördert nicht nur die Zufriedenheit der Gäste, sondern trägt auch zur Erreichung einer breiteren Akzeptanz von nachhaltiger Mobilität bei.

Die **Verbreitung von guten Beispielen** dient dabei dazu, aus erfolgreich erprobten Ansätzen und Innovationen von anderen Destinationen zu lernen.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Klima, Energie und nachhaltige Mobilität

Mit Erarbeitung von Mobilitätskonzepten, Anreizen für nachhaltige Mobilität und zielgruppenspezifischen Angeboten wird der Ausbau und die Nutzung der umweltfreundlichen Verkehrsmittel gefördert und Emissionen eingespart.

8. Nachhaltigkeitskommunikation

Sobald das nachhaltige Handeln stärker in den Fokus rückt, gewinnt auch die Nachhaltigkeitskommunikation an entscheidender Relevanz. Das Motto "Tue Gutes und sprich darüber" unterstreicht die Notwendigkeit, nicht nur nachhaltige Maßnahmen zu ergreifen, sondern diese auch aktiv zu kommunizieren. Transparenz spielt dabei eine zentrale Rolle, da sie Vertrauen schafft, Gästen und Akteur:innen Einblicke gewährt und eine Basis für einen offenen Dialog bildet. Hauptverantwortlich für die Kommunikation sind die Medien sowie die LTO und die einzelnen DMOs. Auch Gäste und touristische Akteur:innen können zur Kommunikation beitragen, indem sie von ihren Erfahrungen und Angeboten erzählen.

Im Handlungsfeld Nachhaltigkeitskommunikation wurde nachfolgendes übergeordnetes Ziel formuliert.

Übergeordnetes Ziel

Durch Hervorhebung nachhaltiger Angebote und transparente Kommunikation zu den Umweltauswirkungen im Tourismus sensibilisieren wir unsere Gäste.

Das Ziel transparenter Nachhaltigkeitskommunikation soll zu einer Sensibilisierung im Nachhaltigkeitsbereich beitragen und das Bewusstsein aller Akteur:innen steigern (SDG 4). Zudem sollen mit gemeinsamer interner

und externer Kommunikation Partnerschaften (SDG 17) und Institutionen (SDG 16) gestärkt werden.



Beispiele der Maßnahmen:

Die **Entwicklung eines Kommunikationskonzepts** für Nachhaltigkeit in Thüringen ist von entscheidender Bedeutung, um eine konsistente und einheitliche Botschaft zu vermitteln. Ein klarer Wiedererkennungswert ermöglicht es den touristischen Akteuren, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen wirksam zu präsentieren. Dies fördert nicht nur das Bewusstsein der Gäste für nachhaltige Angebote, sondern bietet auch eine klare Orientierung für Reisende, die gezielt nach nachhaltigen Optionen suchen.

Dabei sollte auch auf die **Reduzierung von Komplexität in der Kommunikation** geachtet werden, um Missverständnisse und Unsicherheiten zu minimieren. Durch klare Definitionen problematischer Begriffe wie "Nachhaltigkeit" oder "Klimaschutz" wird eine gemeinsame Basis geschaffen und Verwirrung vermieden. Dies erleichtert auch die Ansprache der Gäste, indem komplexe Themen auf verständliche Weise vermittelt werden. Zudem sollte auch in diesem Bereich darauf geachtet werden, dass die

Kommunikationsmaßnahmen barrierefrei gestaltet werden.

Die **Hervorhebung nachhaltiger Angebote** schafft eine gezielte Kommunikationsplattform für inspirierende Beispiele. Identifizierte Vorreiter:innen können als Orientierung dienen und die anderen Akteur:innen zur Teilnahme an nachhaltigen Maßnahmen motivieren. Mit einem einheitlichen Nachhaltigkeitssymbol könnten solche Angebote ausgewiesen werden, um diese für Interessierte leicht auffindbar zu machen. Intensive Kommunikation steigert zudem die Sichtbarkeit und Attraktivität dieser Angebote, sodass Gäste vermehrt auf nachhaltige Optionen aufmerksam werden.

Die **Einrichtung einer Landingpage über Nachhaltigkeit** auf den Webseiten der DMOs bietet eine zentrale Informationsquelle für Gäste, die nach nachhaltigen Angeboten suchen. Diese Seite dient als Anlaufstelle für relevante Informationen und schafft Transparenz über die nachhaltigen Bemühungen in Thüringen. Dies gibt Gästen die Möglichkeit, gezielt nach umweltfreundlichen Möglichkeiten zu suchen und ihre Reise entsprechend zu planen.

Die **Sensibilisierung von Gästen** funktioniert am besten ohne den “erhobenen Zeigefinger”. Durch innovative Kommunikationskonzepte wie Nudging, Gamification und Storytelling werden Gäste

auf subtile und interessante Weise in den Nachhaltigkeitsgedanken eingebunden. Diese Ansätze sprechen verschiedene Zielgruppen an und fördern ein bewusstes Verhalten der Gäste während ihrer Reise.

Zuordnung zur Nachhaltigkeitsstrategie

Bildung und lebenslanges Lernen

Nachhaltiger Konsum
und nachhaltiges Wirtschaften

Mit Sensibilisierungs- und bewusstseinssteigernden Maßnahmen wird im Sinne von *Bildung und lebenslanges Lernen* auf die Umweltbildung eingegangen. Ein gut entwickeltes Kommunikationskonzept, das Komplexität reduziert, trägt zum *nachhaltigen Konsum und nachhaltigem Wirtschaften* bei und sorgt dafür, dass nachhaltige Angebote wahrgenommen und konsumiert werden.

e. Zentrale Akteur:innen

Nachhaltige Entwicklung ist eine gemeinschaftliche Aufgabe, die am besten zusammen bewältigt werden kann. Um eine breite Palette von Perspektiven, Interessen und Bedürfnissen zu berücksichtigen, wurden im Leitbildprozess die zentralen Akteur:innen des Thüringer Tourismus zusammengetragen.

Insgesamt wurden 11 zentrale Stakeholder-Gruppen identifiziert. In der folgenden Tabelle werden die wichtigsten Aufgaben der jeweiligen Akteur:innen festgehalten. Darüber hinaus sollen alle Beteiligten ihren Möglichkeiten entsprechend in allen Handlungsfeldern mitwirken.

Akteur:in	Zentrale Rolle im nachhaltigen Tourismus	Relevante Handlungsfelder
Landestourismus-organisation	Führung des Prozesses für den nachhaltigen Tourismus in Thüringen, Schaffen von Rahmenbedingungen, Austausch mit Politik, Netzwerkaufbau, Wissensaufbereitung und -weitergabe, Weiterentwicklung der eigenen Organisation, Unterstützung der Akteur:innen	Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen (H1) Unternehmenskultur und Beschäftigungsqualität (H2) Ressourcenschonung auf Betriebsebene (H3) Klimaschutz und -anpassung (H4) Umweltfreundliche Mobilität (H7) Nachhaltigkeitskommunikation (H8)
Destinationsmanagement-organisationen und Touristinformationen	Management auf Regionalebene, Netzwerkfunktion, Unterstützung der regionalen Akteur:innen, gemeinschaftliche Entwicklung nachhaltiger Angebote	Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen (H1) Unternehmenskultur und Beschäftigungsqualität (H2) Ressourcenschonung auf Betriebsebene (H3) Klimaschutz und -anpassung (H4) Nachhaltige Angebote (H6) Umweltfreundliche Mobilität (H7) Nachhaltigkeitskommunikation (H8)
Touristische Akteur:innen (Beherbergung, Tour)	Umsetzung in den Betrieben, Schaffung der Angebote,	Unternehmenskultur & Beschäftigungsqualität (H2)

Operators, Gastronomie, Freizeitanbieter, usw.)	Kommunikation und Austausch	Ressourcenschonung auf Betriebsebene (H3) Nachhaltige Angebote (H6) Nachhaltigkeitskommunikation (H8)
Administrative Verwaltung (Politik, TMUEN, TMWWD, Landkreise, Kommunen, Gemeinden)	Impulsgeber, Schaffung von Rahmenbedingungen, Finanzierung der Maßnahmen	Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen (H1) Klimaschutz und -anpassung (H4) Umweltfreundliche Mobilität (H7)
Nicht touristische Lieferanten und Dienstleister (DB, VMT, ÖPNV, Landwirtschaft, usw.)	Schaffung von Angeboten / nachhaltigen Alternativen	Nachhaltige Angebote (H6) Umweltfreundliche Mobilität (H7)
Fördermittelgeber (LEADER, Thex Zukunftswirtschaft)	Setzen von Anreizen, Unterstützung der Betriebe	Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen (H1) Ressourcenschonung auf Betriebsebene (H3) Klimaschutz und -anpassung (H4)
Industrieverbände (DEHOGA, IHK, Handwerkskammer)	Multiplikator- und Netzwerkfunktion, Unterstützung der Betriebe	Entwicklung nachhaltigkeitsfördernder Strukturen (H1) Unternehmenskultur & Beschäftigungsqualität (H2) Klimaschutz und -anpassung (H4)
Naturschutzverbände (NNL, BUND, Forst, usw.)	Expertenwissen	Klimaschutz und -anpassung (H4) Umweltschutz (H5)
Gäste	Forderung nach Angeboten, konstruktive Rückmeldung, Wertschätzung der Ressourcen	Umweltschutz (H5) Nachhaltige Angebote (H6) Umweltfreundliche Mobilität (H7)
Anwohner:innen	Partizipation, Wertschätzung der Ressourcen	Umwelt (H5) Nachhaltige Angebote (H6) Umweltfreundliche Mobilität (H7)
Medien	Kommunikation	Umweltschutz (H5) Nachhaltigkeitskommunikation (H8)

4. Ausblick

Mit Abschluss dieses Berichts geht die erste Phase des Transformationsprozesses zu Ende. Als Empfänger:innen dieses Leitfadens und Mitgestalter:innen der weiteren Transformationsschritte sind alle Tourismusakteur:innen in Thüringen gemeint. Die bislang erzielten Ergebnisse tragen nicht nur das Potenzial, sämtliche Akteur:innen im Thüringer Tourismus unter einer gemeinsamen Vision zu vereinen, sondern bilden auch das solide Fundament für die nächsten Schritte. Das Leitbild beschreibt, was wir uns für Thüringen wünschen, bei der Umsetzung wurde bewusst Spielraum gelassen, damit verschiedene Wege ausprobiert werden können.

Ab dem nächsten Jahr geht es in die konkrete Umsetzungsphase. In dieser entscheidenden Phase streben wir nach einer partizipativen Gestaltung, die auf einem Schulterschluss basiert: Jede Akteurin und jeder Akteur unterstützt die anderen, wir lernen aus unseren Erfahrungen und teilen bewährte Praktiken miteinander.

Eine zentrale Maßnahme zur Integration aller Beteiligten in diesen Prozess ist die Veröffentlichung des Leitbildes. Unser Ziel ist es, dass sich möglichst viele Tourismusakteur:innen an der Umsetzung beteiligen und das Leitbild unterzeichnen. Diese Unterzeichnung könnte einer

Selbstverpflichtung gleichkommen, mit der man festlegt, sich mindestens einem Handlungsfeld zu widmen und im kommenden Jahr gezielte Schritte in diese Richtung zu unternehmen. Im Rahmen unserer Vision streben wir eine breite Beteiligung an und ermutigen jede Destination und alle Tourismusakteur:innen dazu, Pilotprojekte zu initiieren und an der Erreichung der Ziele aus den verschiedenen Handlungsfeldern mitzuwirken. Im Gegenzug erhalten sie dafür Unterstützung aus dem Netzwerk.

Das Leitbild wurde für das gesamte Bundesland Thüringen entwickelt und beinhaltet entsprechend große Aufgaben. Die konkreten Projekte und Maßnahmen innerhalb der Handlungsfelder müssen für die einzelnen Akteur:innen noch konkretisiert werden. Nachfolgend kommen Handlungsempfehlungen, die sich speziell an die TTG als LTO richten.

Die Arbeit der TTG könnte sich an einem Wasserfall-Prinzip orientieren, indem die LTO mit den DMOs zusammenarbeitet und diese wiederum mit den einzelnen regionalen Leistungsträgern. Dabei sollte stets darauf geachtet werden, dass Kommunikation in beide Richtungen möglich ist. Die DMOs könnten so beispielsweise gute Beispiele aus der Destination an die TTG kommunizieren, die diese Informationen aufbereitet und teilt.

Als LTO kommt der TTG neben der Erfüllung eigener Projekte auch die Strukturierung und Kommunikationsarbeit als Schnittstelle zwischen den einzelnen Tourismusakteur:innen zu (Handlungsfelder 1 und 8). Sie muss dafür sorgen, Netzwerke aufzubauen und thematische AGs zu schaffen, um die Vernetzung zu gewährleisten. Dabei sollten auch mit relevanten nicht touristischen Akteur:innen, wie z.B. Mobilitätsanbietern und Fördermittelgebern, Gespräche geführt werden, wie nachhaltige Angebote aufgebaut und gefördert werden können. Hilfreich könnte zudem der Aufbau von Themen-Stammtischen entlang der Reisekette sein, um mit "Gleichgesinnten" in den Austausch zu kommen.

Die TTG sollte den touristischen Akteur:innen bei der Arbeit in ihren Projekten als unterstützende Instanz zur Seite stehen. Beginnend mit einem Auftakttreffen am Anfang des Jahres werden die Erwartungen der Teilnehmenden an die TTG geäußert und klare Ziele für das Jahr gesetzt. Im Laufe des Jahres begleitet die TTG die Zusammenarbeit in den thematischen Arbeitsgruppen und stellt die nötigen Kenntnisse und Werkzeuge zur Verfügung. Zum Ende des Jahres werden die gewonnenen Erkenntnisse dann bei einem Abschlusstreffen für alle Beteiligten wiedergegeben und es wird erörtert, inwiefern andere Akteur:innen davon profitieren können. Anhand der innerhalb der Aktivitäten im Handlungsfeld 1 entwickelten

KPIs könnten Fortschritte hier bereits messbar aufgezeigt werden.

Zur Netzwerkarbeit gehörend sollte auch das Wissensmanagement ausgebaut werden (Handlungsfeld 1). Die bereits vorhandenen Räume TNT und KoRa können dafür belebt und mit Inhalten gefüllt werden. Hier müssen nicht alle Inhalte neu geschaffen werden, sondern bestehende Inhalte können aufbereitet und verbreitet werden. Diese Informationen sollten dann auch an die einzelnen Destinationen sowie die politische Ebene herangetragen werden. Der besondere Fokus soll dabei auf Informationen zu Folgen des Klimawandels in der Region liegen, um diese detaillierter einschätzen und passende Maßnahmen erarbeiten zu können (Handlungsfeld 4).

Um die eigenen Bemühungen transparent darzustellen, wäre eine einheitliche und transparente Nachhaltigkeitskommunikation auf dieser Ebene sinnvoll (Handlungsfeld 8). Dies ermöglicht, die gemeinsamen Anstrengungen zur Erhaltung der Umwelt und zur nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressourcen sichtbar zu machen. In diesem Kontext könnte die Einführung einer spezifischen landesweiten Nachhaltigkeitsmarke in Erwägung gezogen werden. Eine solche Marke hätte zahlreiche Vorteile, darunter eine einheitliche und konsistente Kommunikation, die eine Wiedererkennung bei Gästen ermöglicht und ihnen die Wahl einer nachhaltigen Alternative einfacher

macht. Außerdem könnte die Vernetzung mit engagierten Akteur:innen verbessert und die Motivation dieser zur Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen gesteigert werden.

Ein weiterer Aspekt, der nicht außer Acht gelassen werden sollte, ist die Notwendigkeit, dass die TTG selbst als vorbildliches Beispiel fungiert. Im kommenden Jahr empfehlen wir der TTG, auch interne Maßnahmen zur Steigerung des Bewusstseins innerhalb des Unternehmens (Handlungsfeld 2) sowie zur Reduktion des Ressourcenverbrauchs (Handlungsfeld 3) zu ergreifen.

Mit Entschlossenheit, Mut und Fantasie setzen wir uns für eine nachhaltige Zukunft des Tourismus in Thüringen ein. Die Umsetzung dieses Leitbildes erfordert gemeinsame Anstrengungen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung, um die Schönheit und Vielfalt der Region zu bewahren und gleichzeitig positive Veränderungen für unsere Umwelt, Gemeinschaften und Gäste zu schaffen.

5. Anhang

a. Teilnehmende

Weimar GmbH / Marketing	Mark Schmidt
Weimar GmbH / Tourist Information	Jens Braun
Tourist Information Schmalkalden	Sandra Hanf
Outdoor Inn GmbH & Co KG	Axel Müller
Goldener Hirsch, Gasthaus & Hotel	Andreas Sommer-Kessel
Toskanaworld GmbH	Christian Lohmann
Tourismusverband Altenburger Land e.V.	Lisa Piller
Tourismusverband Vogtland e.V.	Linda Wolf
Weimarer Land Tourismus e.V.	Katy Kasten-Wutzler
Weimarer Land Tourismus e.V.	Fabian Kochmann
Vertreterin der Nationalen Naturlandschaften Thüringen	Claudia Wilhelm
ThEx Zukunftswirtschaft	Joana Heinemann
Thüringer Heilbäderverband e.V.	Melanie Kornhaas
Thüringen Tourismus GmbH	Alexandra Rittweger
Thüringen Tourismus GmbH	Christiane Lögering
Thüringen Tourismus GmbH	Bernhard Widmann
Thüringen Tourismus GmbH	Katrin Meier
Thüringen Tourismus GmbH	Vanessa Finn
Thüringen Tourismus GmbH	Peggy Fauß

b. Projektideen

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Initiierung thematischer Arbeitsgruppen, um gemeinsam Projekte und Maßnahmen zu bestimmten Nachhaltigkeitsthemen zu entwickeln und umzusetzen.

Handlungsfeld

1

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ideenfindung durch gemeinsamen Austausch & Perspektivenwechsel - Erfahrungsaustausch um Einstiegsbarrieren abzubauen - Mut neue Wege zu gehen 	<p>Was? Wie?</p> <p>Impulse durch DMOs und Leistungsträger Arbeitsergebnisse der AG vorstellen und neue Interessenten für thematische Arbeitsgruppen / Thementische zum Austausch Anreise / Fortbewegung / Übernachtung / Angebote nachhaltiger Austausch in KoRa weiterführen</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>TTG</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>DMOs ThEx Zukunftswirtschaft</p>	

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Thüringen wird zertifiziert zum nachhaltigen Reiseziel

Handlungsfeld

1

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <ul style="list-style-type: none"> - nachweislich, dass Thüringen sich qualifiziert - Wertschätzung der bestehenden Initiativen - Transparenz 	<p>Was? Wie?</p> <p>Empfehlungen des Labels = Einigung Anreizsysteme zur Zertifizierung von DMOs und Leistungsträgern Umsetzungskontrolle -> Zertifizierung der Region</p> <p>Ideen zur Finanzierung: Bundesmittel beziehen</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>LMO + Ministerium Landestourismusstrategie</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>DMO Leistungsträger Kommunen</p>	

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Wir bewerten die Beschäftigungsqualität regelmäßig und leiten daraus konkrete und qualitätssteigernde Maßnahmen und Handlungsvorschläge ab.

Handlungsfeld

2

Wazum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>höhere Bindung weniger Fluktuation höhere Zufriedenheit Stressreduktion</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Einbindung der Mitarbeitenden, Umfragen, Ideenfindung, anregen Lösungsansätze einzubringen Beispiele: mobiles arbeiten / Workation, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Gesundheitliche Belastungen anpassen gelebt auf allen Ebenen mit aktiver Kommunikation Ideen zur Finanzierung: Arbeitsmittel, Reduzierung der Räumlichkeiten / Miete</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>federführend</p> <p>Geschäftsführung Bsp. TTG mit Vorreiter / Modellpartner aus der Branche veröffentlichen Vernetzung einzelner Ansätze durch TNT / AGs möglich, Teilen von Maßnahmen</p>	<p>unterstützend</p> <p>Personalmanager:in Mitarbeitende BR</p>	

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Akzeptanz und Bewusstseinsstärkung aller Unternehmensmitarbeitenden, Förderung von E-Mobilität in der Freizeitgestaltung

Handlungsfeld

2

Wazum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>- Ressourcen - Kosten - Umweltbewusstsein und deren Auswirkungen - Gemeinschaft der Mitarbeitenden - Priorisierung und Akzeptanz</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>- Gerätetausch bzw. Optimierung, Schaffung von alternativen Energiequellen - Optimierung von Arbeitsabläufen - Einbeziehung von Mitarbeitenden in Kosten- Akzeptanzprozesse - Abschaffung T-Wäsche, Frühstück, Minibars - Einführung von LEDs in allen Bereichen Ideen zur Finanzierung: Eigenkapital / Refinanzierung durch Einsparung</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>Unternehmer</p>	<p>unterstützend</p> <p>Mitarbeitende Lieferanten Geschäftspartner</p>	

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Wir binden unsere Mitarbeitenden in die Entscheidungsprozesse ein.

Handlungsfeld

2

Warum?	Maßnahme	SDGs				
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>Akzeptanzschaffung Motivation halten Servicequalität halten Mitarbeiterbindung Fluktuation entgegenwirken Prozessoptimierung</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Gemeinsame Ideenfindung - vom Prinzip bis zur Gestaltung der operativen Prozesse im Team und mit den Partnern regelmäßige Berichterstattung intern Nutzung Schwarmintelligenz</p> <p>Ideen zur Finanzierung: regelmäßiger Blick Wirtschaftsplan</p> <p>Wer?</p> <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">federführend</td> <td style="text-align: center;">unterstützend</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Teamleitung Geschäftsführung</td> <td style="text-align: center;">Team LTO</td> </tr> </table>	federführend	unterstützend	Teamleitung Geschäftsführung	Team LTO	<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
federführend	unterstützend					
Teamleitung Geschäftsführung	Team LTO					

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Benennung einer/s Beauftragte/n für Nachhaltigkeit oder Klimaschutz

Handlungsfeld

3

Warum?	Maßnahme	SDGs				
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>Integration des Themas Nachhaltigkeit / Klimaschutz in alle Firmenbereiche / Abteilungen</p> <p>Mitdenken der Nachhaltigkeitsaspekte in allen Unternehmensabteilungen</p> <p>Definition der Nachhaltigkeitsziele</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Auswahl der Person / Stelle Kompetenzen Arbeitskontingente Interesse der Geschäftsführung</p> <p>Ideen zur Finanzierung: optimal: Einsparung von Kosten und dadurch Selbstfinanzierung</p> <p>Wer?</p> <table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">federführend</td> <td style="text-align: center;">unterstützend</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Geschäftsleitung / Aufsichtsräte Belegschaft</td> <td style="text-align: center;">Fachinteressensvertretungen Mitarbeitende</td> </tr> </table>	federführend	unterstützend	Geschäftsleitung / Aufsichtsräte Belegschaft	Fachinteressensvertretungen Mitarbeitende	<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
federführend	unterstützend					
Geschäftsleitung / Aufsichtsräte Belegschaft	Fachinteressensvertretungen Mitarbeitende					

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

TI: Verankerung von Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie / Arbeitsalltag -> Umsetzung der festgelegten Aufgaben

Handlungsfeld

3

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>Vorbild für Mitglieder / Partner als gutes Beispiel vorangehen</p> <p>Orientierung für interne Arbeit</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Sensibilisierung der Mitarbeitenden gemeinsame Erarbeitung der KPIs</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>	<p>Woz?</p> <p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>Mitarbeitende TTG Stadtwerke (Energieberatende) KAG ASS - Nachhaltigkeitskonzept</p>	<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Die NNLs sind Lebensräume für zahlreiche Pflanzen und Tierarten und wirken als Puffer gegen Folgen der Klimakrise. Die Natur erbringt lebenswichtige Dienstleistungen. Daher sollten sie als Kommunikatoren zu fachlichen Themen fungieren, diese bürgernah erklären, best-practice Beispiele vorstellen und die Bedeutung des Klimaschutzes ins Bewusstsein implementieren.

Handlungsfeld

4

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>komplexes Thema Unwissenheit Fehlwissen Bedeutung des Erhalts (ohne Wasser, Erde, Luft, Pflanzen, Tiere) nicht lebensfähig</p> <p>Wissen - Einstellung - Handeln</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>für Menschen vor allem vor Ort z.B. Reihe in Mediengruppen / in Amtsblättern / in Social Media zum Mitmachen anregen, siehe Klimawerkstatt für Touristiker: fachlicher Impulsgeber zu verschiedenen Themen / "Impuls Tour"</p> <p>Ideen zur Finanzierung: Aufgabe der NNLs</p>	<p>Woz?</p> <p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>TMUEN NNL</p> <p>Netzwerke vor Ort</p>	<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Beratungstage, Seminare zum Ganzjahrestourismus für vom Klimawandel betroffene Betriebe anbieten

Handlungsfeld

4

Warum?
Welche Probleme löst diese Maßnahme?

z.B. fehlende Schneesicherheit
Saisonalität
soziale Unsicherheit
wirtschaftliche Unsicherheit

Maßnahme
Was? Wie?
gute Beispiele zeigen ihre Art der Anpassung
Betriebe, die bereits im Ganzjahrestourismus aktiv sind auch DMO / Bundesländer übergreifend
digital und/oder vor Ort

Ideen zur Finanzierung:
als Beratungstag/-seminar / Gruppenveranstaltung

Wer?
federführend: LMO
DMO als Organisation

unterstützend: gute Beispiele der touristischen Akteure der DMO und übergreifend

SDGs
Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Erstellung eines Leitfadens für touristische Betriebe und Organisationen, der Möglichkeiten im Rahmen des Klimaschutzes aufzeigt.

Handlungsfeld

4

Warum?
Welche Probleme löst diese Maßnahme?

Umweltbildung stärken
Impuls für den Beginn, sich mit Klimaschutz zu beschäftigen

Maßnahme
Was? Wie?
Handbuch mit konkreten Umsetzungsvorschlägen für verschiedene Akteure: Leistungsträger (Hotels, Museen, etc) touristische Organisationen, Kommunen laufende Fortschreibung, digitale Form

Ideen zur Finanzierung:
Sonderprojekt, evtl. Zusammenarbeit mit Umweltministerium

Wer?
federführend: TTG (Wissensmanagement)

unterstützend: wissenschaftliche Partner
Umweltorganisationen
Vertreter aus Betrieben, touristischen Organisationen

SDGs
Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Qualifizierung zum Thema Umweltschutz / Stammtisch für die DMO Mitglieder / Tourismusakteure (Gastgeber, TI, Erzeuger)
Idee: VA-Reihe

Handlungsfeld

5

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisierung - Wissensvergleich - Impulse geben für tägliches Handeln - Leistung zum Umweltschutz aus dem ganzen Netzwerk heraus 	<p>Was? Wie?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Know-how Vermittlung durch Experten von außen aber aus dem Land - praxisnahe Checklisten, Handlungsempfehlungen - Gute Beispiele erzählen - Wissensplattform, KoRa <p>Ideen zur Finanzierung: Fördermittel</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>TTG DMO</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>AG Nachhaltigkeit Nachhaltigkeitsnetzwerk</p>	
	<p>Aufwand: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input checked="" type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p>		<p>Wirkung: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input checked="" type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p>

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Idee eines Fonds für die Naturparke / Nationale Naturlandschaften

Handlungsfeld

5

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <ul style="list-style-type: none"> Identifikation mit den NNL vor der Haustür Erhalt der Natur- und Kulturlandschaft in den 3 Bereichen der Nachhaltigkeit Abhängigkeit vom Großhandel 	<p>Was? Wie?</p> <p>Ansprache von Direktvermehrern, regionale Lebensmittel zu produzieren Gründung eines Beirats / eines Vehikels der Einnahmen und Ausgaben verwaltet Wer bekommt das Geld? Maßstäbe</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>Modellprojekt zwischen Wirtschafts- und Umweltministerium</p> <p>Eine NNL aussuchen, um es zu testen mit wissenschaftlicher Begleitung / Messbarkeit</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p>	
	<p>Aufwand: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>		<p>Wirkung: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input checked="" type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p>

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Reisekette nachhaltig gestalten von Reiseplan über Anreise bis hin zu Aufenthalt und Abreise. Ziel ist Reisekette klimaneutral zu gestalten.

Handlungsfeld

6

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>Einsparung von Ressourcen Bewusstsein vor Ort bei Gästen</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>ÖPNV Anreise Anbieter im Ort nachhaltige Angebote</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>Kurorte und HB Fördermittelgeber</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>Anbieter vor Ort</p>	
	<p>Aufwand: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>		<p>Wirkung: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Regionale Produkte und Einsatz von regionalen Alternativen = wichtig

Handlungsfeld

6

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>CO2 Ausstoß aufzeigen von attraktivem Südhüringen Transportwege aktiver Umweltschutz</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Nutzung von Netzwerken / MA / Lieferanten Alternativen durch Familienerfahrungen, -rezepte etc.</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>Unternehmen</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p>	
	<p>Aufwand: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>		<p>Wirkung: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

**Thüringer GästeCard, regionale GästeCard mit incl. Mobilität, kostenfreier ÖPNV
gute Projekte sind da aber es gibt noch viele Lücken**

Handlungsfeld

7

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <ul style="list-style-type: none"> - weil es der Gast wünscht - Andere Regionen machen es vor - Bewusstsein der Gäste ist da <p>Mehrwert: Auch Lokalbevölkerung nutzt Angebot</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Gespräche ÖPNV, Tourismus, Politik, Kommune</p> <p>Ideen zur Finanzierung: Tourismusabgabe fließt in den ÖPNV in dieses Projekt</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wozu?</p> <p>Impulsgeber Tourismus</p> <p>Politik (da Tourismus Wirtschaftsfaktor)</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p>	
	<p>Aufwand: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>		<p>Wirkung: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input checked="" type="checkbox"/> 4</p>

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Eigene Landingpage zum Thema Nachhaltigkeit / sanfter Tourismus auf den Websites der DMO

Handlungsfeld

8

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>Kommunikation nachhaltige Angebote regionaler Anbieter Bündelung aller touristischen Akteure zur einfachen Übersicht für Gäste; Sensibilisierung der Gäste durch Leitfäden, Angebote zur Umweltbildung, Kommunikation von Partnerbetrieben; Leitbild & Vision der DMO, neue Zielgruppe; Plattform für News zum Thema - Zertifizierungen, Wettbewerbe Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe, Preise</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>Sammeln aller relevanten Daten, Aufteilung und Untergliederung der Landingpage in sinnvolle Unterpunkte. Aufgliederung von Barrierefreiheit, Gäste ansprechen, die in die Reiseregion kommen möchten</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wozu?</p> <p>DMO</p>	<p>federführend</p> <p>unterstützend</p> <p>Partnerbetriebe (nh. Angebote) bzw. touristische Akteure Vereine für Umweltbildung Naturschutzverbände</p>	
	<p>Aufwand: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p>		<p>Wirkung: <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4</p>

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Bei der Erstellung / Initiierung von touristischen Angeboten ist Barrierefreiheit evidenter Bestandteil und selbstverständlich.

Handlungsfeld

8

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>Soziale Nachhaltigkeit Gesetz zur Gleichstellung politisch vorgegeben - Bundesteilhabegesetz</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>breitflächige Zertifizierung von Betrieben und touristischen Angeboten mit Reisen für alle Mitdenken von Barrierefreiheit bei der Erstellung von Angeboten Zertifizierung und Barrierefreiheit sichtbar machen</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>federführend</p> <p>Bundesregierung Freistaat Kommunale und regionale Verantwortungsträger Unternehmen von Leitung bis hin zu jedem einzelnen Mitarbeitenden</p>	<p>unterstützend</p>	

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Beschreibt die Maßnahme in einem konkreten Satz.

Tourismusstammtische zum Austausch zwischen den touristischen Akteuren in der DMO

Handlungsfeld

8

Warum?	Maßnahme		SDGs
<p>Welche Probleme löst diese Maßnahme?</p> <p>gelenkter Austausch zu wichtigen Themen Vernetzung untereinander Plattform für News zu wichtigen Themen Vorstellung guter Beispiele Referenten einladen</p>	<p>Was? Wie?</p> <p>im Vogtland existiert das bereits 2x jährlich 1x auf sächsischer und 1x auf Thüringer Seite, da die DMO sehr groß ist</p> <p>Ideen zur Finanzierung:</p>		<p>Welche SDGs werden durch diese Maßnahme beeinflusst?</p>
	<p>Wer?</p> <p>federführend</p> <p>DMO</p>	<p>unterstützend</p>	

Aufwand: 1 2 3 4

Wirkung: 1 2 3 4

Literaturverzeichnis

Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz (TMUEN), 2018, Die Thüringer Nachhaltigkeitsstrategie 2018

Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz (TMUEN), 2022, Klimawandelfolgen in Thüringen Zweiter Monitoringbericht

Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWD), 2017, Tourismusstrategie Thüringen 2025

Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWD), 2021, Standortbestimmung der Tourismusstrategie Thüringen 2025

Umweltbundesamt (UBA), 2023, Umweltbewusstsein in Deutschland 2022 [online] Aufgerufen am 09.08.2023 unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/6232/publikationen/umweltbewusstsein_2022_bf.pdf

World Tourism Organization (UNWTO), 2019, Transport-related CO₂-Emissions of the Tourism Sector [online] Aufgerufen am 04.09.2023 unter: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416660>

Impressum

© Thüringen Tourismus GmbH (TTG)
Willy-Brandt-Platz 1,
99084 Erfurt

Konzeption & Redaktion:

Dominika Mazurkiewicz & Julia Osterland
Klimapatenschaft Tourismus GmbH
Annette-von-Droste-Hülshoff-Straße 14
25336 Elmshorn
<https://klimapatenschaft.de/>

Stand 09/2023

Alle Angaben nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr.