

Mai 2015

## Zertifizierungskonzept

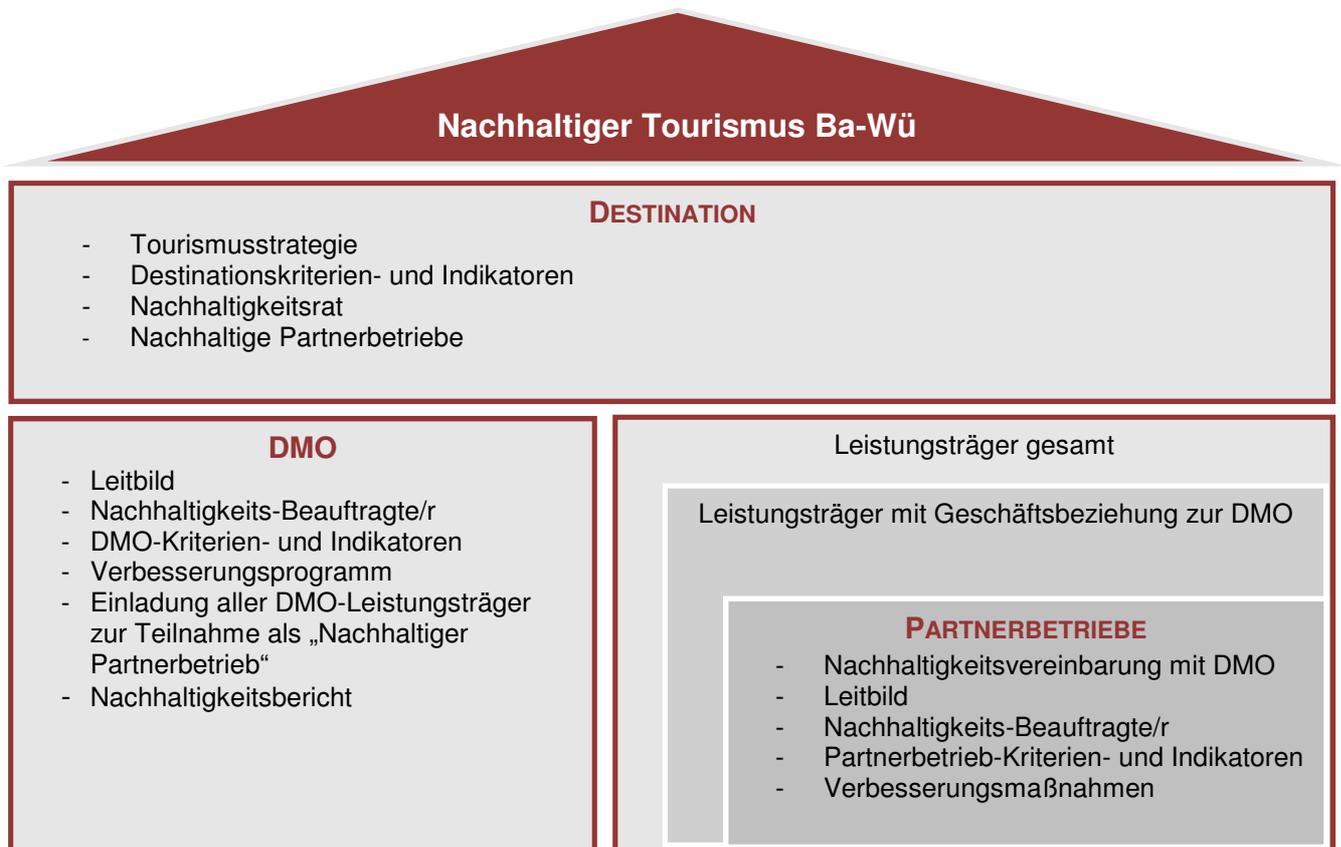
### Nachhaltige Tourismusdestinationen Baden-Württemberg

#### 1. Ausgangslage und Zertifizierungsumfang

Mit dem Ziel, die Positionierung baden-württembergischer Tourismusziele im nationalen und internationalen Wettbewerb zu stärken, hat das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) einen Nachhaltigkeitscheck mit Zertifizierungsverfahren initiiert. Damit soll dauerhaft eine glaubwürdige und starke Marke für das nachhaltige Reiseland Baden-Württemberg etabliert werden.

Der Nachhaltigkeitscheck basiert auf den international anerkannten Kriterien von TourCert und GreenGlobe. Darüber hinaus orientiert er sich an den Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) und den Indikatoren des European Tourism Indicator System (ETIS).

Gemeinsam mit den vier Pretest-Destinationen Kurort Bad Dür rheim, Naturpark Schwäbisch-Fränkischer Wald, Europapark Rust und Stuttgart Marketing wurde ein Verfahren und Kriterienkatalog zur Zertifizierung von Destinationen erprobt und von einer Projektgruppe bestehend aus dem MLR, den Pretestern, den Zertifizierern und Vertretern aus der Wissenschaft evaluiert und angepasst.



Ein Projekt vom:



Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz  
Baden-Württemberg

### **Umfang der Zertifizierung**

Die Destinationszertifizierung umfasst drei Ebenen: die DMO, ihre Partnerbetriebe und die Destination. Für alle drei Bereiche bestehen spezifische Kriterien, die erfüllt werden müssen. Die Kriterien definieren prozessorientierte Anforderungen für einen bestimmten Bereich. Darüber hinaus werden Kernindikatoren für die gesamte Destination erhoben. Indikatoren sind in der Regel messbare Leistungs-Kennzahlen, die Auskunft über den Erfüllungsgrad einzelner Kriterien geben und somit die Nachhaltigkeitsleistung der Destination zum Ausdruck bringen.

Die DMO implementiert ein prozessbasiertes Nachhaltigkeits-Managementsystem und motiviert die Schlüsselakteure unter den Leistungsträgern zur Beteiligung als Partnerbetriebe. Als Orientierungswert sollten sich 25% der Leistungsträger am Nachhaltigkeitsystem beteiligen.

Die Zertifizierung hat eine Gültigkeit von **drei** Jahren; jährlich müssen die Indikatoren und das Verbesserungsprogramm aktualisiert werden.

### **Koordination durch die DMO**

Neben der Erfüllung der DMO-Kriterien und -Indikatoren übernimmt die DMO koordinative Aufgaben:

Alle Leistungsträger, mit denen die DMO in geschäftlicher Beziehung steht, werden über die Nachhaltigkeitszertifizierung informiert und zur Beteiligung als „Nachhaltiger Partnerbetrieb“ motiviert.

Es sollten die Schlüsselakteure der Leistungsträger als „Nachhaltiger Partnerbetrieb“ anerkannt sein. Die Erfüllung der Destinationskriterien- und Indikatoren sowie die Entwicklung der Kennzahlen der Partnerbetriebe werden von der DMO federführend koordiniert und überwacht.

Das Verbesserungsprogramm der Destination wird in Abstimmung mit dem Nachhaltigkeitsrat von der DMO federführend erstellt und überwacht.

### **Zertifizierungssiegel**

Die DMO koordiniert den Zertifizierungsprozess als federführende Organisation; die Zertifizierung der DMO selbst ist zentrale Voraussetzung für die Zertifizierung der Destination und der Auszeichnung von Partnerbetrieben.

Nach erfolgreicher Destinationszertifizierung erhält die DMO das Zertifizierungssiegel, die Partnerbetriebe erhalten das Siegel als „Nachhaltiger Partnerbetrieb“.

## 2. Kriterien und Indikatoren: Destination

Die Gliederung orientiert sich an den zentralen Kriterienbereichen; die Destinationsindikatoren (in kleiner Schrift und hell unterlegt) werden durch die Partnerbetriebe erhoben und von der DMO webbasiert zu Kernindikatoren zusammengeführt.

Kriterien und Indikatoren: Destination		GSTC	ETIS
<b>1. Management</b>			
1.1	<b>Tourismusstrategie</b> Die Destination hat eine Tourismusstrategie, die Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt, inklusive die Bereiche Wirtschaft, Soziales, Kultur, Qualität und Umwelt.	A.1	
1.2	<b>Nachhaltigkeitsrat</b> Das Thema Nachhaltigkeit ist in bestehenden Gremien in der Destination institutionalisiert oder die Destination hat einen Nachhaltigkeitsrat etabliert, der sich aus Vertretern verschiedener Interessensgruppen zusammensetzt, die drei Säulen der Nachhaltigkeit berücksichtigt und bei strategischen Entscheidungen einbezogen wird. Der Nachhaltigkeitsrat trifft sich mindestens einmal jährlich zur Verabschiedung und Überprüfung des Verbesserungsprogramms.	B.4	
1.3	<b>Partizipation</b> Die Destination fördert die Mitwirkung der Bürgerschaft/Interessensgruppen an Planung und Entscheidungsfindung im Tourismus.	B.3	
1.4	<b>Qualitätssicherung und Innovation</b> Die Destination fördert die Qualitätssicherung insbesondere in der Servicequalität und/oder Zertifizierung der Leistungsträger und regt einen ständigen Innovationsprozess an.	A.10	
1.5	<b>Information und Kommunikation</b> Die Destination hebt nachhaltige Produkte und Dienstleistungen in der Kommunikation und Werbung hervor.		
1.6	<b>Qualifizierung</b> Die Destination hat für die Leistungsträger Qualifizierungsprogramme im nachhaltigen Tourismus.	B.6	
1.7	<b>Nachhaltige Leistungsträger</b> Die Destination verfügt über Nachhaltige Partnerbetriebe und zertifizierte Leistungsträger.		
1.7.1	Anzahl nachhaltiger Partnerbetriebe		
1.7.2	Anzahl zertifizierter Betriebe im Tourismus		
<b>2. Ökonomie</b>			
2.1	<b>Wertschöpfung und Arbeitsplätze</b> Die direkte und indirekte Wertschöpfung aus dem Tourismus wird regelmäßig überprüft.	B.1	
2.1.1	Anteil (%) direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen.		B.3.1

2.2	<b>Regionale und ökofaire Beschaffung</b> Die Destination fördert systematisch lokale Lieferanten und fair gehandelte Produkte.	B.9	
2.2.1	Anteil (%) regional produzierter, nachhaltiger und fair gehandelter Produkte		
2.2.2	Anteil (%) an Recyclingpapier und FSC/PEFC-Papier		
2.3	<b>Gästezufriedenheit</b> Die Destination hat ein System zur regelmäßigen Erhebung der Gästezufriedenheit.	A.9	
2.4	<b>Bettenauslastung und Saisonalität</b> Die Destination reflektiert die Bettenauslastung und fördert Maßnahmen zur Verminderung der negativen Auswirkungen der Saisonalität (z.B. saisonverlängernde Maßnahmen).		
2.4.1	Anzahl Übernachtungen pro Jahr		B.1.1
2.4.2	Anzahl Übernachtungsgäste pro Jahr		
2.4.3	Anzahl Tagesgäste pro Jahr		
2.4.4	Durchschnittliche Bettenauslastung (%)		B.2.2
2.4.5	Anzahl an Gästen und Besuchern pro 100 Einwohnern (Tourismusintensität)		C.1.1
2.4.6	Anteil (%) saisonaler Arbeitsplätze im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen		B.3.1.1
<b>3. Sozio-kulturelle Nachhaltigkeit</b>			
3.1	<b>Arbeitsbedingungen</b> In der Destination orientieren sich die Leistungsträger an Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen. Es werden familienfreundliche Arbeitsbedingungen angeboten (z.B. Teilzeitarbeitsplätze).		
3.1.1	Anteil (%) Teilzeitarbeitsplätze		
3.2	<b>Gerechtigkeit und Inklusion</b> Die Destination bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung und fördert Frauen in Führungspositionen.	B.2	
3.3	<b>Barrierefreiheit</b> Die touristische Infrastruktur inklusive Sehenswürdigkeiten und Attraktionen der Destination sind - wenn möglich - barrierefrei. Für Einrichtungen und Gebäude ohne Barrierefreiheit werden alternative Lösungen gesucht. Über barrierefreie ÖPNV-Transportmittel wird besonders informiert.	A.7	
3.3.1	Anteil (%) an barrierefreien Betten		C.3.1
3.3.2	Anteil (%) an barrierefreien Sehenswürdigkeiten		C.3.2
3.4	<b>Schutz des kulturellen Erbes</b> Die Destination setzt sich für den Schutz und Erhalt des kulturellen Erbes ein. Für relevante natürliche, historische, archäologische, religiöse, spirituelle und kulturelle Stätten stehen den BesucherInnen erläuternde Informationen zur Verfügung.	C.1 C.5	
<b>4. Umwelt</b>			
4.1	<b>Energieeffizienz</b> Die Destination fördert Energieeinsparung, Messung von Energieverbräuchen und Nutzung regenerativer Energien. Die touristischen Leistungsträger werden bei der	D.5	

	Einführung von Energiemaßnahmen unterstützt.		
4.1.1	Stromverbrauch (kWh) pro Gast und Jahr (Unterkünfte)		D.6.1
4.1.2	Wärmeverbrauch (kWh) pro Gast und Jahr (Unterkünfte)		D.6.1
4.1.3	CO <sub>2</sub> -Emissionen (kg) pro Übernachtung		
4.1.4	Anteil (%) erneuerbarer Energien am Gesamtenergieverbrauch		
4.2	<b>Wasser</b> Die Destination fördert die Messung und Reduzierung des Wasserverbrauchs.	D.6	
4.2.1	Wasserverbrauch (l) pro Gast und Jahr (Unterkünfte)		D.5.1
4.3	<b>Abfall</b> Die Destination fördert die Messung und Reduzierung des Abfallaufkommens.	D.10	
4.3.1	Abfallaufkommen (Restmüll) (kg/l) pro Gast und Jahr (Unterkünfte)		D.3.1
4.4	<b>Umweltschonende Anfahrt</b> Die Destination ist mit dem ÖPNV erreichbar und die umweltschonende Anfahrt wird systematisch gefördert und beworben.		
4.5	<b>Nachhaltige Mobilität</b> In der Destination gibt es ein umweltfreundliches Mobilitätskonzept, das den touristischen Bedürfnissen entspricht und umweltfreundliche Transportmöglichkeiten sind verfügbar (ÖPNV, Car Sharing, Pick-Up-Services, Fahrrad, etc.).	D.12	
4.6	<b>Naturschutz und Besucherlenkung</b> Die Destination fördert den Erhalt der natürlichen Artenvielfalt und der Biotope. In Schutzgebieten oder ökologisch sensiblen Gebieten fördert die Destination eine Besucherinformation und -lenkung zur Verringerung der negativen Einwirkungen.	C.2 C.3	
4.6.1	Nachhaltigkeits-Index (%) Landschaftsführer		
4.7	<b>Lärm, Luft- und Wasserqualität</b> Die Destination setzt sich für die Reduzierung von Lärm und für eine hohe Luft- und Wasserqualität ein.	D.8 D.11	

### 3. Kriterien und Indikatoren: DMO

Einige der DMO-Indikatoren werden anhand standardisierter Fragebögen erhoben (durch \* gekennzeichnet). Die Fragen können durch 10-er-Skalen beantwortet werden, als Ergebnis wird ein zusammenfassender Index gebildet.

Kriterien und Indikatoren: DMO		GSTC	ETIS
<b>1. Management</b>			
1.1	<b>Leitbild</b> Die DMO hat ein Leitbild das Nachhaltigkeitsaspekte beinhaltet und auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird.		
1.2	<b>Nachhaltigkeitsbeauftragte/r</b> Die DMO hat eine verantwortliche Person benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Sie koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben und ist Ansprechpartner für die Partnerbetriebe und		

	externen Stakeholder. ggf. unterstützt durch ein Nachhaltigkeitsteam.		
1.3	<b>Stakeholder-Analyse</b> Die DMO hat die Stakeholder des Unternehmens identifiziert und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.	A.3 B.4	
1.4	<b>Priorisierung der Handlungsfelder</b> Die DMO hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und ihre wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse).	A.3	
1.5	<b>Rechtskonformität</b> Die DMO kennt und erfüllt alle relevanten Gesetze (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte).		
1.6	<b>Gästeinformation</b> Die DMO bewirbt aktiv die regionalen und nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen, informiert über die Nachhaltigkeit der Destination und informiert zu umweltfreundlichen Fortbewegungsmitteln.		
1.6.1	Qualitäts-Index (%) Gästeinformation*		
1.7	<b>Angebotsgestaltung</b> Die DMO erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit ihrer eigenen touristischen Angebote (inkl. familienfreundliche Angebote, Angebote für Zielgruppen mit geringer Kaufkraft, Angebote für die Nebensaison).		
1.7.1	Nachhaltigkeits-Index (%) Angebotsgestaltung *		
1.8	<b>Verbesserungsmanagement</b> Die DMO erstellt ein Verbesserungsprogramm, das jährlich aktualisiert wird und sowohl Maßnahmen für die DMO selbst als auch auf Ebene der Destination beinhaltet.		
1.9	<b>Nachhaltigkeitsbericht</b> Die DMO verfasst einen standardisierten Nachhaltigkeitsbericht mit Profil, aktuellen Daten und Kennzahlen, Erfüllungsgrad der Kriterien und Verbesserungsprogramm. Eine Kurzfassung des Nachhaltigkeitsberichts ist öffentlich.		
<b>2. Ökonomie</b>			
2.1	<b>Wirtschaftliche Stabilität</b> Die DMO gibt Auskunft über die wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens.	B.1	
2.1.1	Zusammensetzung des Umsatzes		
2.1.2	Wirtschaftliche Entwicklung der letzten 3 Jahre		
2.1.3	Umsatzrendite		
2.2	<b>Regionale und ökofaire Beschaffung</b> Die DMO bezieht - soweit möglich – regional produzierte, biologische und fair gehandelte Produkte.	B.9	
2.2.1	Anteil (%) regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte		
2.2.2	Anteil (%) an Recyclingpapier und FSC/PEFC-Papier		
2.3	<b>Gäitezufriedenheit</b> Die DMO ermittelt regelmäßig die Zufriedenheit der Gäste und orientiert sich an den Anforderungen der Servicequalität.	A.9	
2.3.1	Zufriedenheit-Index (%) Gäste		

2.3.2	Rücklaufquote (%) der Gästebefragung		
2.4	<b>Zufriedenheit mit der DMO</b> Die DMO ermittelt die Zufriedenheit Ihrer Leistungsträger, Geschäftspartner und Interessensgruppen.		
2.4.1	Zufriedenheits-Index (%) Partner, Leistungsträger, Interessensgruppen*		
2.4.2	Rücklaufquote (%) der Befragung der Partner, Leistungsträger, Interessensgruppen		
<b>3. Sozio-kulturelle Nachhaltigkeit</b>			
3.1	<b>Arbeitsbedingungen</b> Die DMO orientiert sich an den Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen. Es werden familienfreundliche Arbeitsbedingungen angeboten (z.B. Teilzeitarbeitsplätze).		
3.2	<b>Mitarbeitenden-Zufriedenheit</b> Die DMO ermittelt die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeitenden.		
3.2.1	Zufriedenheits-Index (%) Mitarbeitende*		
3.2.2	Rücklaufquote (%) der Mitarbeitenden-Befragung		
3.3	<b>Gerechtigkeit und Inklusion</b> Die DMO bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.	B.2	
3.3.1	Anzahl Festangestellte (Vollzeitäquivalente)		
3.3.2	Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)		
3.3.3	Anteil (%) Teilzeitbeschäftigte		
3.3.4	Anteil (%) Frauen in Führungspositionen		
3.3.5	Anteil (%) Migrant/innen		
3.3.6	Anteil (%) Migrant/innen in Führungspositionen		
3.3.7	Anteil (%) Menschen mit Behinderung		
3.4	<b>Schulung zur Nachhaltigkeit</b> Die Mitarbeitenden erhalten die Möglichkeit zur Teilnahme an Nachhaltigkeitsschulungen.		
<b>4. Umwelt</b>			
4.1	<b>Energieeffizienz</b> Die DMO fördert Energieeinsparung, Messung von Energieverbräuchen und Nutzung regenerativer Energien. Die touristischen Leistungsträger werden bei der Einführung von Energiemaßnahmen unterstützt.		
4.1.1	Stromverbrauch (kWh) pro Mitarbeitenden und Jahr		
4.1.2	Heizenergieverbrauch (kWh) pro Mitarbeitenden und Jahr		
4.1.3	Dienstreisen (km) pro Jahr		
4.1.4	CO <sub>2</sub> -Emissionen (kg) gesamt (Strom, Heizenergie, Dienstreisen) pro Mitarbeitenden und Jahr		
4.1.5	Anteil (%) kompensierter CO <sub>2</sub> -Emissionen		
4.1.6	Anteil (%) an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch		
4.2	<b>Wasser</b> Die DMO misst und reduziert ihren Wasserverbrauch.		

4.2.1	Wasserverbrauch (l) pro Mitarbeitenden und Jahr		
4.3	<b>Abfall</b> Die DMO misst und reduziert ihr Abfallaufkommen.		
4.3.1	Abfallaufkommen (kg/l) (Restmüll) pro Mitarbeitenden und Jahr		
4.4	<b>Papier</b> Die DMO misst und reduziert ihren Papierverbrauch und nutzt vornehmlich Recyclingpapier.		
4.4.1	Gesamtgewicht Papier (kg) pro Mitarbeitenden		
4.4.2	Anteil (%) an Recyclingpapier und FSC/PEFC-Papier		
4.5	<b>Umweltschonende Anfahrt</b> Die DMO gibt Auskunft darüber, ob und wie sie mit dem ÖPNV erreichbar ist und fördert die umweltfreundliche Anreise.		

#### 4. Kriterien und Indikatoren: Nachhaltige Partnerbetriebe

Die Leistungsträger haben die Möglichkeit, sich als „Nachhaltiger Partnerbetrieb“ auszeichnen zu lassen. Hierfür müssen die Kriterien für Partnerbetriebe erfüllt werden:

Kriterien und Indikatoren: Partnerbetriebe		GSTC	ETIS
<b>1. Management</b>			
1.1	<b>Leitbild</b> Der Partnerbetrieb bietet eine öffentliche Information und Erläuterung zur eigenen Nachhaltigkeitsleistung ggf. als Leitbild.		
1.2	<b>Nachhaltigkeitsvereinbarung mit der DMO</b> Der Partnerbetrieb hat eine Vereinbarung mit der DMO unterzeichnet, die grundlegende Handlungsgrundsätze und Ziele für die nachhaltige Destination sowie die wechselseitigen Rechte und Pflichten definiert.		
1.3	<b>Nachhaltigkeitsbeauftragte/r</b> Der Partnerbetrieb hat eine/n Nachhaltigkeitsbeauftragte/n benannt, der/die als Ansprechpartner für die DMO und andere Stakeholder fungiert sowie die internen Nachhaltigkeits-Aufgaben koordiniert.		
1.4	<b>Gästeinformation</b> Der Partnerbetrieb bewirbt aktiv die regionalen und nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen, informiert über die Nachhaltigkeit der Destination und informiert zu umweltfreundlichen Fortbewegungsmitteln.		
1.5	<b>Zertifizierungen und Gütesiegel</b> Der Partnerbetrieb verfügt über eines oder mehrere Nachhaltigkeits-Zertifikate.		
1.6	<b>Verbesserungsmanagement</b> Der Partnerbetrieb hat mindestens 3 Verbesserungsmaßnahmen definiert, um die soziale und ökologische Nachhaltigkeit im Betrieb oder in der Destination zu fördern.		
<b>2. Ökonomie</b>			

2.1	<b>Wertschöpfung und Arbeitsplätze</b> Die direkte und indirekte touristische Wertschöpfung wird regelmäßig überprüft.	B.1	
2.1.1	Anzahl Gäste pro Jahr		
2.1.2	Anzahl Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente)		
2.1.3	Anteil (%) Teilzeitarbeitsplätze		
2.1.4	Anteil (%) saisonaler Arbeitsplätze		
2.2	<b>Regionale und ökofaire Beschaffung</b> Der Partnerbetrieb bezieht - soweit möglich – regional produzierte, biologische und fair gehandelte Produkte.		
2.2.1	Anteil (%) regionale produzierte, biologischer und fair gehandelter Produkte		
2.2.2	Anteil (%) Recyclingpapier und FSC/PEFC-Papier		
2.3	<b>Gästezufriedenheit</b> Der Partnerbetrieb ermittelt die Zufriedenheit der Gäste und orientiert sich an den Anforderungen der Servicequalität.		
<b>3. Sozio-kulturelle Nachhaltigkeit</b>			
3.1	<b>Arbeitsbedingungen</b> Der Partnerbetrieb orientiert sich an den Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen. Es werden familienfreundliche Arbeitsbedingungen angeboten (z.B. Teilzeitarbeitsplätze).		
3.2	<b>Gerechtigkeit und Inklusion</b> Der Partnerbetrieb bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.	B.2	
3.3	<b>Schulung zur Nachhaltigkeit</b> Die Mitarbeitenden erhalten die Möglichkeit zur Teilnahme an Nachhaltigkeitsschulungen.		
3.4	<b>Barrierefreiheit</b> Der Partnerbetrieb gibt Auskunft über die Barrierefreiheit des Betriebs.	A.7	
3.4.1	Anteil (%) barrierefreier Betten (nur Unterkünfte)		
<b>4. Umwelt</b>			
4.1	<b>Energieeffizienz</b> Der Partnerbetrieb fördert Energieeinsparung, Messung von Energieverbräuchen und Nutzung regenerativer Energien.		
4.1.1	Stromverbrauch (kWh) pro Jahr		D.6.1
4.1.2	Wärmeverbrauch (kWh) pro Jahr		D.6.1
4.1.3	CO <sub>2</sub> -Emissionen (kg) pro Jahr		
4.1.4	Anteil (%) erneuerbarer Energien am Gesamtenergieverbrauch		
4.2	<b>Wasser</b> Der Partnerbetrieb misst und reduziert seinen Wasserverbrauch.		
4.2.1	Wasserverbrauch (l) pro Jahr		D.5.1
4.3	<b>Abfall</b> Der Partnerbetrieb misst und reduziert sein Abfallaufkommen.		

4.3.1	Abfallaufkommen (kg/l) pro Jahr (Restmüll)		D.3.1
4.4	<b>Umweltschonende Anfahrt</b> Der Partnerbetrieb gibt Auskunft darüber, ob er mit dem ÖPNV erreichbar ist und fördert die umweltfreundliche Anreise.		

### Kernindikatoren Destination

Kernindikatoren Destination (aggregiert aus Partnerbetrieben)	
Indikator	Bereich
1. Anteil anerkannte Partnerbetriebe (%)	Ökologisch/Sozial/Ökonomisch
2. Anteil zertifizierter Leistungsträger im Tourismus (%)*	Ökologisch/Sozial/Ökonomisch
3. Bettenauslastung der Unterkünfte (%)	Ökonomisch
4. Gesamtenergieverbrauch: (kWh/Gast/Tag)	Ökologisch
5. Anteil erneuerbarer Energien (%) am Gesamtenergieverbrauch	Ökologisch
6. Beschaffung: Anteil (%) nachhaltige Produkte	Ökologisch/Sozial
7. Wasserverbrauch: (Liter/Gast/Tag)	Ökologisch
8. Abfall: Restmüll pro Gast (Liter/Gast/Tag)	Ökologisch
9. Barrierefreiheit: Anteil (%) barrierefreier Betten	Sozial
10. Barrierefreiheit: Anteil (%) barrierefreier Sehenswürdigkeiten	Sozial

\* dieser Indikator bezieht sich auf alle Leistungsträger, nicht nur Partnerbetriebe

Die Kernindikatoren dienen zum internen Monitoring und Benchmarking, müssen jedoch nicht veröffentlicht werden.

## 5. Anerkennung und Integration anderer Zertifizierungssysteme

Zertifizierungssysteme zu Qualität, Umwelt und Nachhaltigkeit werden in der Nachhaltigkeitszertifizierung von Destinationen anerkannt und integriert. Die Nachhaltigkeitszertifizierung ist als Managementsystem und **Dachmarke** ausgestaltet; sie kann sehr gut und effizient mit einem bestehenden Umwelt- oder Qualitätsmanagement verbunden und integriert werden.

Kriterien zur Anerkennung sind der Ansatz eines dauerhaften Managementsystems mit kontinuierlicher Verbesserung sowie die glaubwürdige externe Überprüfung vor Ort. Weiterhin müssen die anerkannten Zertifizierungssysteme zumindest den Bereich Qualität oder Umwelt umfassend und in Anlehnung an die ISO-Normen abdecken.

Die qualitätszertifizierten Unternehmen müssen in ihr Verbesserungsprogramm ökologische und soziale Maßnahmen integrieren, um in den nächsten 3 Jahren alle Nachhaltigkeitskriterien zu erfüllen; die umweltzertifizierten Unternehmen müssen zusätzlich soziale Verbesserungsmaßnahmen angehen um bis zur Rezertifizierung nach 3 Jahren alle sozialen Kriterien zu erfüllen.

Alle Betriebe müssen unabhängig von Ihrer Zertifizierung die festgelegten Umweltindikatoren an die DMO kommunizieren bzw. in die webbasierte Datenbank eingeben.

Unternehmen mit folgenden Zertifizierungen werden in der ersten Zertifizierung automatisch als Partnerbetrieb anerkannt:

- TourCert (CSR-Siegel)
- Green Globe
- EMAS
- ISO 14001
- Ecocamping
- ECOfit / Ökoprofit
- Service Qualität (Stufe III)
- ISO 9001
- Partner Nationale Naturlandschaften (z.B. Biosphärengebiet Schwäbische Alb)
- Biohotel
- Wellness-Stars (5 Sterne)

Auf Antrag können weitere Zertifizierungssysteme anerkannt werden.

Für die folgenden Zertifikate besteht eine Vergleichsmatrix mit den Kriterien des Nachhaltigkeitschecks. Über bereits abgedeckte Kriterien muss nicht erneut Auskunft gegeben werden. Kriterien des Nachhaltigkeitschecks, die vom jeweiligen Zertifikat nicht abgedeckt werden, müssen regulär erhoben und berichtet werden. In der webbasierten Befragung werden nicht zutreffende (bereits erfüllte) Kriterien automatisch ausgeblendet.

- Schmeck den Süden (1 bis 3 Löwen)
- Servicequalität (Stufe I und II)
- Wellness-Stars (3 und 4 Sterne)
- DEHOGA Umweltcheck
- Qualitätsoffensive Naturpark
- Viabono und Viabono-Klima-Hotels
- VDR certified Hotel
- Barrierefreier Betrieb
- Familienfreundlicher Betrieb

## 6. Nachhaltigkeitszertifizierung als Empowerment – der Einführungsprozess

Der Prozess zur Nachhaltigkeitszertifizierung startet mit einem internen Qualifizierungs- und Kommunikationsprogramm bei den beteiligten Organisationen, damit die nachhaltige Ausrichtung von innen wachsen kann und als dauerhafte und glaubwürdige Nachhaltigkeitsorientierung verankert wird. Die Organisationen und ihre Beschäftigten werden im Sinne der Nachhaltigkeit und Zukunftsverantwortung sensibilisiert, mit ihrer Gestaltungskompetenz am Nachhaltigkeitsprozess beteiligt und zu selbstbestimmten Veränderungen motiviert. Je nach verfügbaren Ressourcen dauert der gesamte Einführungsprozess bis zu einem Jahr.

Die DMOs nehmen während dem Einführungsprozess an zwei Gruppenworkshops und drei individuellen Workshops teil und erhalten individuelle **Fernberatung und Coaching** sowie inhaltlichen Input. Ein **webbasierte Plattform** stellt Fachinformationen, Best Practices und konkrete Tipps zur Verfügung, eine webbasierte Managementsoftware erleichtert die Datenerhebung und -Auswertung; die Ergebnisse der Nachhaltigkeitsanalyse werden in einem standardisierten Nachhaltigkeitsbericht automatisch erstellt. Auf Grundlage der Analyse und Bewertung wird das Verbesserungsprogramm erarbeitet.

In der gemeinsamen **Kick-Off-Veranstaltung** mehrerer Destinationen wird in das gesamte System eingeführt, erste inhaltliche Handlungsimpulse aufgezeigt und die strukturellen und personellen Grundlagen besprochen (Nachhaltigkeitsbeauftragte/r, Nachhaltigkeitsteam, Nachhaltigkeitsrat).

Ein **Info-Event** in der Destination soll die Leistungsträger und weitere Interessensgruppen über den Nachhaltigkeitscheck sowie über die Vorteile als „Nachhaltiger Partnerbetrieb“ informieren.

Das **E-Learning** ‚Nachhaltiger Tourismus‘ zeigt anhand von Best-Practice-Beispielen was dies konkret bedeutet und wo dies bereits erfolgreich praktiziert wird. Das Online Tool besteht aus fünf Lerneinheiten mit einer Gesamtlerndauer von 2,5 Stunden. Das E-Learning beschäftigt sich mit Grundlagen und Kriterien des nachhaltigen Tourismus, Zertifizierungssystemen und Best Practice Beispielen. Fokus liegt auf den Bereichen Klimaschutz, Erhalt der Biodiversität, lokale Wertschöpfung und faire Arbeitspraktiken. Die wichtigsten Akteure (Stakeholder) für einen nachhaltigen Tourismus werden charakterisiert.

Im **Einführungsworkshop** wird das Nachhaltigkeitsteam in den Prozess und die Methodik der web-basierten Bestandsaufnahme eingeführt sowie Informationen zu möglichen Handlungsfeldern gegeben.

Im Rahmen des **eco-mapping** wird gemeinsam mit Mitarbeitenden der DMO eine Umweltbegehung in der Destination durchgeführt und die ökologischen Verbesserungspotentiale herausgearbeitet. **Referentinnen und Referenten** werden zu ausgewählten Themen eingeladen.

Der **Auswertungsworkshop** bietet die Möglichkeit, erste Ergebnisse des Prozesses zu besprechen und evtl. Anpassungen bzw. Umsteuerungsmaßnahmen einzuleiten. Inhaltliche Inputs vor allem für die Partnerbetriebe werden in diesem Workshop angeboten.

Beim gemeinsamen **Erfahrungsaustausch** werden Best Practices ausgetauscht und **Referentinnen und Referenten** zu ausgewählten Themen eingeladen.

Der **Strategieworkshop** dient der Identifizierung von Stärken und Schwächen und der Erstellung des Verbesserungsprogramms und des Nachhaltigkeitsberichtes. Beim Strategie-Workshop nehmen neben der DMO auch die Vertreter der Partnerbetriebe und des Nachhaltigkeitsrates teil.

### Schulungs – und Beratungsprozess

Zeitplan Einführungsprozess														
Veranstaltung / Workshop	Gruppe		Monat 1	Monat 2	Monat 3	Monat 4	Monat 5	Monat 6	Monat 7	Monat 8	Monat 9	Monat 10	Monat 11	Monat 12
	Individuell													
<b>Kick-off</b> (landesweit mit allen DMOs)	x													
Lokaler <b>Info Event</b> (DMO und Leistungsträger)		x												
<b>E-Learning</b> Nachhaltiger Tourismus mit Zertifikat (für 3 Personen)		x												
<b>Einführungsworkshop</b> mit DMO und potentiellen Partnerbetrieben, dabei 2/3 des Tages mit DMO, 1/3 mit potent. Partnerbetrieben		x												
<b>eco-mapping</b> (inkl. inhaltlichen Inputs)		x												
<b>Auswertungsworkshop</b> (Zwischenstand des Prozesses mit DMO und Partnerbetrieben (incl. inhaltlichen Inputs, v.a. für Partnerbetriebe)		x												
<b>Erfahrungsaustausch</b> (landesweit) mit allen DMOs und strategischen Akteuren	x													
<b>Strategieworkshop</b> (DMO u. Nachhaltigkeitsrat)		x												
<b>Internes Audit</b>		x												
<b>Ferncoaching</b>		x												
<b>Externe Begutachtung</b>		x												

Webbasierte Managementsoftware ( <i>avanti GreenSoftware</i> )				
Kennzahlen	Bewertungen	Befragung Partnerbetriebe	Verbesserungsprogramm	Reporting

## 7. Definitionen

### 7.1. Destination

Eine Destination ist ein geografischer Raum, der als Reiseziel von einem Gast oder einem Gästesegment ausgewählt wird. Die Destination erhält in der Regel sämtliche für den Aufenthalt notwendige Einrichtungen für Beherbergung, Verpflegung und Unterhaltung.

Die Destination stellt sich als eine gemeinsame Einheit eines touristischen Segments dar, sowohl auf Seiten des Anbieters, als auch der Nachfrage. In der Fachliteratur und der Praxis definiert sich die Destination als ein Satz touristisch relevanter Merkmale. Dazu gehören etwa Landschaft, Fauna, Flora, klimatische Gegebenheiten und kulturelle Attraktionen (ursprüngliches Angebot). Sie bildet eine wirtschaftliche Wettbewerbseinheit. Der Begriff umfasst sowohl kleinräumige Strukturen (Ressorts, Vergnügungsparks – abgeleitetes Angebot), oder Orte (etwa im Städtetourismus), aber auch ganze Regionen.

### 7.2. DMO

Eine Destination hat eine zentrale Organisationseinheit (Destination Management Organisation), die sowohl als touristisches Dienstleistungsunternehmen wie auch als koordinierendes / planendes / vermarktendes Organ des touristischen Angebots fungiert, z. B. Geschäftsleitung, Kurverwaltung oder Tourist-Marketing. Besteht in einer Destination keine klassische DMO, so werden die zentralen Steuerungsaufgaben von einer DMO-ähnlichen Organisation übernommen, etwa Naturparkverwaltung in Naturparks. Daneben gibt es weitere Organisationen, deren Aktivitäten/Planungen Einfluss auf das touristische Angebot haben (ursprünglich und abgeleitet), z.B. Wirtschaftsförderung, Baubehörden, Naturschutzbehörden, Verkehrsträger, Landwirtschaft, etc.

Für die Nachhaltigkeitszertifizierung ist die DMO die zentrale Instanz, die mit ihrem Management, der Kommunikation, ihren Stakeholdern und im Austausch mit den Leistungsträgern und anderen relevanten Akteuren der Destination den Nachhaltigkeits- und Zertifizierungsprozess leitet.

### 7.3. Nachhaltigkeitsrat

Der Nachhaltigkeitsrat ist eine Lenkungsgruppe bestehend aus der DMO, Leistungsträgern und anderen relevanten Stakeholdern der Destination, die die Implementierung und Fortführung des Nachhaltigkeitschecks in der Destination steuern und unterstützen soll. Wichtige Aufgaben sind bspw. die Entwicklung und Beschließung destinationsübergreifender Verbesserungsmaßnahmen sowie der Dialog zwischen DMO, Verbänden und Leistungsträgergruppen. Ggf. kann hierfür ein bereits bestehendes Gremium genutzt werden.

### 7.4. Leistungsträger

Als Leistungsträger einer Destination gelten alle Betriebe und Organisationen, die durch Ihre Leistungen oder Produkte zum abgeleiteten touristischen Angebot der Destination beitragen. Typische Leistungsträger sind beispielsweise Unterkünfte, Gastronomiebetriebe, Sehenswürdigkeiten, Kultureinrichtungen, Transportunternehmen, Tagungs- und Kongresszentren, Thermen und Bäder. Je nach Destination kann die Bedeutung einzelner Leistungsträgergruppen variieren.

Die Leistungsträger sind ganz wesentliche Akteure für die Überprüfung der Nachhaltigkeit einer Destination. Ihre Nachhaltigkeitsleistung in Bezug bspw. auf Ressourcenverbrauch, Beschaffung oder Gästebetreuung bestimmt letztendlich zu einem großen Teil die Nachhaltigkeit der gesamten Destination.

### 7.5. Nachhaltige Partnerbetriebe

Nachhaltige Partnerbetriebe sind touristische Leistungsträger der Destination, die die Kriterien und Indikatoren für Nachhaltige Partnerbetriebe erfüllen, bzw. erheben. Die erhobenen Indikatoren der Partnerbetriebe werden zu Kernindikatoren der Destination verdichtet.

Die Erfüllung der Kriterien sowie die Umsetzung der Verbesserungsmaßnahmen werden durch das interne Audit der DMO regelmäßig überprüft; im Rahmen der externen Begutachtung werden Stichproben durchgeführt.

Die Nachhaltigen Partnerbetriebe werden entsprechend ausgezeichnet und erhalten exklusive Angebote für Vermarktung und Schulung.

### 7.6. Stakeholder / Interessensgruppen

Als Stakeholder oder Interessensgruppen gelten jene Akteure einer Destination, die aktiv oder passiv vom Tourismus in der Destination betroffen sind oder diesen mitgestalten. Hierzu zählen bspw. Kommunalverwaltungen, Wirtschaftsverbände und NGOs, aber auch Anwohner der Destination oder Mitarbeiter der Leistungsträger.

Im Rahmen des Nachhaltigkeitschecks spielen die Stakeholder eine wichtige Rolle bei der Erhebung von Daten und der Entwicklung von destinationsübergreifenden Maßnahmen.