

# HANDBUCH ZUR BEWERTUNG UND GESTALTUNG NACHHALTIGER TOURISMUSANGEBOTE

## EINFÜHRUNG IN DAS HANDBUCH

---

Die Nachfrage nach nachhaltigen Reiseangeboten steigt kontinuierlich. Die Entwicklung und Ausrichtung solcher touristischen Angebote ist aus verschiedenen Gründen von großer Bedeutung, stellt jedoch aufgrund teilweise begrenzter Einflussmöglichkeiten eine erhebliche Herausforderung dar. Um diesem Problem zu begegnen, haben wir ein [neues Framework zur Analyse touristischer Angebote](#) entwickelt.

Das Ziel dieses Handbuchs ist es, Akteur:innen im Tourismus **eine strukturierte, praxisorientierte Anleitung** zur Bewertung bestehender sowie zur Entwicklung neuer nachhaltiger Angebote auf Basis des neuen Frameworks zu bieten.

Nachhaltiger Tourismus ist weit mehr als eine Sammlung von Einzelprojekten oder Aktionen. Um langfristig erfolgreich zu sein, muss die Entwicklung nachhaltiger Angebote **strategisch in den Kern der Destinationsentwicklung** integriert werden. Dies bedeutet, dass die Angebote sowohl zum Markenkern der Destination passen als auch auf das Leitbild und die langfristige Strategie einzahlen.

Neben der internen strategischen Ausrichtung ist es von entscheidender Bedeutung, dass nachhaltige Tourismusangebote internationalen Standards und Rahmenwerken entsprechen. Diese Standards schaffen nicht nur Orientierung und Struktur, sondern stellen auch sicher, dass die Bemühungen global anerkannt werden.

Ein herausragendes Beispiel sind die **17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs)** der Vereinten Nationen. Diese Ziele bieten einen umfassenden Rahmen für nachhaltige Entwicklung und können gezielt auf den Tourismus angewendet werden. Die Integration der SDGs erfordert eine gezielte Analyse, welche Ziele für die jeweilige Destination besonders relevant sind. Diese sollten in die strategische Planung einfließen und messbare Indikatoren für den Fortschritt definiert werden.

# ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



Mithilfe der Bewertungstabelle (Seite 3) können Sie eine erste Einschätzung Ihres Angebots vornehmen und auf einen Blick erkennen, welche Bereiche bereits gut entwickelt sind und wo noch Verbesserungspotenzial besteht. Die aufgeführten Indikatoren (KPIs) ermöglichen es Ihnen, bisherige Maßnahmen anhand konkreter Zahlen zu bewerten. Für jedes Kriterium bietet das Handbuch Umsetzungsideen, hilfreiche Werkzeuge sowie Best-Practice-Beispiele, die als Inspiration dienen können. Die Liste ist jedoch nicht abschließend, sodass Sie kreativ an der Weiterentwicklung Ihrer Angebote arbeiten können.

## KPIs

Key Performance Indicators (KPIs) (zu Deutsch "Erfolgsindikatoren") sind wichtige Leistungskennzahlen, die Unternehmen/ Akteur:innen/ etc. dabei unterstützen, den Erfolg und die Leistung ihrer Aktivitäten und Strategien zu messen und zu bewerten. Mit den Indikatoren werden klare und objektive Daten zur Verfügung gestellt, die von den Akteur:innen genutzt werden können, um fundierte strategische Entscheidungen zu treffen. Sie sollten klar und präzise definiert messbar sein.

## Bewertungstabelle

### Scope 1

beeinflussbare Faktoren in Bezug auf Angebotsnutzung

#### Sozio-kulturelle Gestaltung

Strategische Ausrichtung des Angebots auf gesellschaftliche Belange.



Wir sorgen für faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen.

Wir achten auf und schützen die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung.

Wir integrieren lokale Traditionen und schützen die regionale Identität.

Wir nehmen Rücksicht auf Diversität und Barrierefreiheit.

#### Ressourcen bei Angebotsnutzung

Umweltfußabdruck des Nutzers / der Nutzerin während der Nutzung des Angebots.



Wir achten auf einen geringen Ausstoß klimaschädlicher Emissionen

Wir berücksichtigen die Auswirkungen durch den Klimawandel

Wir achten auf einen geringen Ressourcenverbrauch.

### Scope 2

Faktoren mit begrenztem Einfluss oder nur langfristig beeinflussbar

#### Lieferkette

Einbindung der Lieferant:innenn und Leistungsträger:innen als Bestandteile des Angebots.



Wir pflegen nachhaltige Lieferketten.

Wir leisten einen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung.

#### Infrastruktur

Integration des Angebots in die Umwelt.



Wir achten auf die nachhaltige Nutzung von Infrastrukturen.

Wir achten auf den Einsatz nachhaltiger Baumaterialien.

Wir achten auf mögliche Auswirkungen auf die Landschaft sowie Naturschutzaspekte.

### Scope 3

Faktoren mit sehr begrenztem / indirektem Einfluss, z.B. Gästeverhalten

#### Gästeverhalten

Anreize und Kommunikationsmaßnahmen für ein nachhaltiges Gästeverhalten.



Wir sensibilisieren die Gäste für das Thema Nachhaltigkeit.

Wir schaffen Anreize für ein nachhaltiges Verhalten der Angebotsnutzer:innen.

Wir berücksichtigen eine inklusive Kommunikation für alle Anspruchsgruppen.

#### Anreise

Inspiration zu einer nachhaltigen Anreise.



Wir berücksichtigen nachhaltige Mobilitätslösungen für unsere Angebote (motorisiert).

Wir berücksichtigen nachhaltige Mobilitätslösungen für unsere Angebote (NICHT motorisiert).

## SCOPE 1

---

**Scope 1** umfasst alle Faktoren, die direkt durch die Akteur:innen in Bezug auf die Angebotsgestaltung beeinflusst werden können. Da diese Faktoren im Einflussbereich der Akteur:innen liegen, sind sie leichter zu kontrollieren und zu reduzieren.

### Einflussbereich: Sozio-kulturelle Gestaltung des Angebots

Strategische Ausrichtung des Angebots auf gesellschaftliche Belange (wie z. B. Beitrag zu den Sustainable Development Goals, Barrierefreiheit, Chancengleichheit).

### Key Performance Indicators (KPIs)

Mit den folgenden Indikatoren wird die nachhaltige Gestaltung des Angebots gemessen:

1. **Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs):** Auf wie viele der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen zählt das Angebot ein? Welche spezifischen SDGs werden durch das Angebot besonders gefördert?
2. **Einbindung von Einheimischen:** Wie viele Einheimische oder lokale Stakeholdergruppen wurden aktiv in den Entwicklungsprozess des Angebots einbezogen?
3. **Anteil der Mitarbeitenden aus unterrepräsentierten Gruppen:** Welcher Anteil der Belegschaft besteht aus Mitarbeitenden, die zu unterrepräsentierten Gruppen gehören (z. B. Migrationshintergrund, Angehörige verschiedener Religionen, Menschen mit Behinderung usw.)?

### Leitlinien und ihre praktische Anwendung

Wir sorgen für faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen.	
Umsetzungsideen	<p><b>Gute Arbeitsbedingungen anbieten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Angemessene Vergütung</b> (fairer Lohn entsprechend Qualifikation und Verantwortung, zusätzliche Benefits wie Boni, Altersvorsorge)</li> <li>• <b>Sichere Arbeitsumgebung</b> (Einhaltung von Sicherheitsstandards und Ergonomie, Schutzmaßnahmen gegen Unfälle und gesundheitliche Risiken)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Gute Work-Life-Balance</b> (flexible Arbeitszeiten oder Homeoffice-Möglichkeiten, genügend Urlaubstage und Pausenregelungen)</li> <li>• <b>Angenehmes Arbeitsklima</b> (respektvolle und offene Kommunikation, Förderung von Teamgeist und Zusammenarbeit, Maßnahmen gegen Mobbing und Diskriminierung)</li> <li>• <b>Weiterbildung und Entwicklungsmöglichkeiten</b> (Zugang zu Schulungen, Seminaren und Weiterbildungen, klare Karrierewege und Aufstiegsmöglichkeiten)</li> <li>• <b>Transparente Unternehmensstruktur</b> (klare Ziele, Werte und Entscheidungswege, Mitbestimmungsmöglichkeiten für Mitarbeiter)</li> <li>• <b>Gesundheitsförderung</b> (betriebliche Gesundheitsprogramme wie Fitnessangebote oder Gesundheitschecks, Unterstützung bei psychischer Gesundheit wie Coaching oder Stressmanagement)</li> <li>• <b>Diversität und Inklusion</b> (Förderung eines vielfältigen Teams, Chancengleichheit unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder Alter)</li> </ul> <p><b>Mitarbeitende mitnehmen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermitteln Sie den Mehrwert einer nachhaltigen Ausrichtung.</li> <li>• Bieten Sie Ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich inhaltlich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen und weiterzubilden. So schaffen Sie auch die Möglichkeit, dass Sie nach außen kompetent zu dem Thema beraten können.</li> </ul>
<p><b>Werkzeug</b></p>	<p><b>Angebot von Schulungen und Workshops zum Thema Nachhaltigkeit</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ziel: Förderung des Verständnisses von Nachhaltigkeit</li> <li>• Beispiele: <a href="#">DTV</a>, <a href="#">TourCert</a>, <a href="#">BTE</a></li> </ul> <p><b>Great Place to Work</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit: <a href="https://greatplacetowork.de/">https://greatplacetowork.de/</a></li> </ul>
<p><b>Good-Practice-Beispiel</b></p>	<p><b>Upstalboom</b> <a href="https://www.upstalsboom.de/der-upstalsboom-weg">https://www.upstalsboom.de/der-upstalsboom-weg</a></p>

<b>Wir achten auf und schützen die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung der Akzeptanz der lokalen Bevölkerung dem Tourismus gegenüber.</li> <li>• Touristische negative Auswirkungen (z.B. Overtourismus) verringern / vermeiden</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<p><b>Bürgerbeteiligung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bspw. in Form von gemeinsamer Angebotsentwicklung, runder Tisch</li> </ul> <p><b>Stakeholder-Mapping</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterstützendes Tool zur Identifizierung von relevanten Stakeholder-Gruppen, die von touristischen Projekten/Angeboten betroffen sind: <a href="https://nachhaltigkeitskompass-niedersachsen.de/?p=484">https://nachhaltigkeitskompass-niedersachsen.de/?p=484</a></li> <li>• Ziel: Sicherstellung der Berücksichtigung aller Interessen</li> </ul> <p><b>Monitoring-Tool zur Überwachung der Auswirkung touristischer Projekte/Angebote auf die Bevölkerung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indikatorensystem zur regelmäßigen Messung sozialer Indikatoren wie Beschäftigung, Zufriedenheit der Bevölkerung etc.</li> <li>• Ausweitung des Monitoringsystems auf die weiteren Kriterien der drei Scopes</li> </ul> <p><b>Broschüre der FH Westküste/DTV zur Förderung der Tourismusakzeptanz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Tourismus im Einklang mit den Einheimischen vor Ort möglich machen - Maßnahmen zur Förderung der Tourismusakzeptanz"</li> <li>• die Broschüre finden Sie <a href="#">HIER</a></li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Babsi Community e. V.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Verein versucht, verschiedene Aspekte von Nachhaltigkeit zusammenzubringen.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Lebensqualität am Wilden Kaiser</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bürgerbeteiligung im Rahmen des Tourismuskonzeptes; Welcher Tourismus nützt allen?</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

### Wir integrieren lokale Traditionen und schützen die regionale Identität.

<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Förderung von Angeboten, die lokale Kultur, Traditionen und Bräuche einbeziehen:             <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gemeinsame Veranstaltungen mit lokalen Künstlern, Musikern und Handwerkern, z. B. Workshops, die Traditionen vermitteln</li> <li>● Erstellung von thematischen Routen, z. B. „Traditionelle Küche“, „Handwerkskunst erleben“ oder „Geschichte und Bräuche“</li> </ul> </li> <li>● Unterstützung traditioneller Handwerksbetriebe und regionaler Produzenten durch touristische Kooperationen</li> <li>● Organisation von kulturellen Veranstaltungen, die authentische Einblicke in die regionale Identität bieten</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	-
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	-

### Wir nehmen Rücksicht auf Diversität und Barrierefreiheit.

<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mehrsprachigkeit der Angebote oder Kommunikationskanäle</li> <li>● Verwendung von einfacher, klarer Sprache in Informationsmaterialien zu den Angeboten sowie den Angeboten selbst.</li> <li>● Entwicklung kinder- und familienfreundlicher Angebote.</li> <li>● Bereitstellung von Informationen in verschiedenen Formaten, z. B. in Braille, Audiodeskriptionen oder Videos mit Gebärdensprache.</li> <li>● Sensibilisierung der Mitarbeitenden, die z. B. ein Angebot begleiten oder durchführen, für die Bedürfnisse von Menschen mit unterschiedlichen Beeinträchtigungen.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<p><b>Interne Richtlinien und ethische Standards</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Erstellung von internen Richtlinien, die Diversität und Inklusion fördern und ethische Standards berücksichtigen</li> </ul> <p><b>Zertifizierungssysteme</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● z. B. "Reisen für alle" - Kennzeichnungssystem für barrierefreie Angebote</li> <li>● Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

	<p><b>Feedback einholen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einholung von Feedback von Menschen mit unterschiedlichen Bedürfnissen nach der Nutzung der Angebote, um Verständnis zu erlangen, wo noch Barrieren bestehen und welche Verbesserungen notwendig sind</li> </ul>
<p><b>Good-Practice-Beispiel</b></p>	<p><b>Deutsches Auswandererhaus Bremerhaven</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• War das erstes Museum in Deutschland, das sich dem Thema Migration widmete</li> <li>• Bietet reduzierte Preise für Geflüchtete und Arbeitslose</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Querstadtein Berlin</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stadtführungen von Menschen, die obdachlos waren oder Menschen mit Flucht- und Migrationserfahrung</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

## Einflussbereich: Ressourcen bei Angebotsnutzung

Umweltfußabdruck (z. B. Energie- und Wasserverbrauch, Abfall) des Nutzers/der Nutzerin während der Nutzung des Angebots.

### Key Performance Indicators (KPIs)

Mit den folgenden Indikatoren wird der Ressourcenverbrauch pro Gast bei der Angebotsnutzung gemessen:

1. **Wasserverbrauch in Litern (l):** Misst die Menge an Wasser, die pro Gast verbraucht wird. Dient dem Zweck, den Wasserverbrauch zu überwachen und Einsparpotenziale zu identifizieren.
2. **Energieverbrauch in kWh:** Erfasst die Menge an Energie in Kilowattstunden, die pro Gast benötigt wird. Dient zur Überwachung des Energieverbrauchs und zur Implementierung energieeffizienter Maßnahmen.
3. **Abfallmengen in kg:** Misst die Menge an Abfall in Kilogramm, die pro Gast entsteht. Dient der möglichen Reduzierung von Abfall durch Recycling und andere nachhaltige Praktiken.
4. **CO<sub>2</sub>-Ausstoß in kg:** Erfasst die Menge an CO<sub>2</sub>-Emissionen in Kilogramm, die pro Gast erzeugt wird. Dient dazu, Umweltauswirkungen zu quantifizieren und Maßnahmen zur Emissionsreduzierung zu implementieren.

## Leitlinien und ihre praktische Anwendung

<b>Wir achten auf einen geringen Ausstoß klimaschädlicher Emissionen.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen Sie Ökostrom und fördern Sie den Einsatz erneuerbarer Energien (z. B. Solarenergie, Windkraft).</li> <li>• Unterstützen Sie lokale/regionale/nationale Klimaschutzinitiativen und -projekte (z. B. Aufforstungsprojekte).</li> <li>• Fördern Sie nachhaltige Mobilitätskonzepte während der Nutzung des Angebots (z. B. ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß).</li> <li>• Gleichen Sie nicht vermeidbare Emissionen aus (CO<sub>2</sub>-Kompensation).</li> <li>• Prüfen Sie bei bestehenden Angeboten regelmäßig Optimierungs- und Einsparpotenziale.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<p><b>CO<sub>2</sub>-Bilanzrechner</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• z. B. vom Umweltbundesamt (<a href="https://uba.co2-rechner.de/de_DE/">https://uba.co2-rechner.de/de_DE/</a>)</li> </ul> <p><b>KI-gesteuerte Analyse-Tools</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zur Identifizierung von Energieeinsparpotenzialen</li> <li>• z.B. nista.io (<a href="https://www.nista.io/">https://www.nista.io/</a>)</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Emissionsarme Energieerzeugung im Hotel und Feriengebiet Bernsteinsee</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferung von Wärme und Strom durch modifiziertes Blockheizkraftwerk</li> <li>• Mittelfristig autarke Energieversorgung angestrebt</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Hörstationen entlang der Friedensroute im Osnabrücker Land</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stationen werden durch Kurbeln betrieben - kein Stromverbrauch</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Moorfutures – Klimaschutz trifft Biodiversität</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kohlenstoffzertifikate zur Verbesserung der eigenen Treibhausgasbilanz</li> <li>• Mit dem Kauf der MoorFutures-Kohlenstoffzertifikate an der Finanzierung eines konkreten Klimaschutzprojektes (Bundesland Ihrer Wahl) beteiligen.</li> <li>• MoorFutures-Projekte werden über einen Zeitraum von 50 Jahren intensiv betreut.</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

## Wir berücksichtigen die Auswirkungen durch den Klimawandel.

<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Angebot findet bei Hitze oder starkem Regen nicht statt.</li> <li>• Errichten Sie resiliente Angebotsinfrastrukturen errichten, die verschiedenen Wetterszenarien berücksichtigen (z. B. Rast-/Sitzplätze mit Beschattung für Schutz vor Regen und Sonne).</li> <li>• Etablieren Sie vorsorgliche Prozesse und entwerfen Sie Kommunikationsvorlagen, für den Fall, dass Wetterextreme (auch kurzfristig) eintreten.</li> <li>• Berücksichtigen Sie verschiedene Klimaereignisse (Hochwasser, Sturmfluten, Überschwemmungen, Dürre etc.) bei der Angebotserstellung.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<b>Klimaanpassungsstudie der TourismusMarketing Niedersachsen (TMN)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen Sie die Ergebnisse/Erkenntnisse aus der Klimaanpassungsstudie</li> <li>• Einen Einblick in die Ergebnisse erhalten Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<b>Hitzeknigge des Landkreises Gifhorn</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipps für das richtige Verhalten bei Hitze</li> <li>• mit Ausflugszielen als kühle Orte</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

## Wir achten auf einen geringen Ressourcenverbrauch.

<b>Umsetzungsideen</b>	<b>Wasser:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berücksichtigen Sie Wassersparmaßnahmen.</li> </ul> <b>Abfall:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduzieren Sie Lebensmittelabfälle, indem Sie Portionsgrößen anpassen oder überschüssige Lebensmittel spenden.</li> <li>• Verwenden Sie benutzte Materialien wieder oder recyceln Sie diese.</li> <li>• Vermeiden Sie Einwegplastik wo möglich oder substituieren Sie diese mit umweltfreundlicheren Alternativen.</li> <li>• Schließen Sie sich Mehrweg- oder Pfandsystemen an.</li> <li>• Sensibilisieren Sie Gäste für Ihre Maßnahmen und die Bedeutung nachhaltiger Handlungsweisen.</li> </ul>
------------------------	--

	<b>Weitere:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Achten Sie auch im Marketing auf Ressourcenschonung, indem Sie zertifiziertes Papier nutzen, den Papierverbrauch allgemein reduzieren, „grünes“ Hosting von Websites in Erwägung ziehen.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<b>RECUP &amp; REBOWL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Größtes Mehrwegsystem für die Gastronomie.</li> <li>• Pfandsystem für Take-away und To-go an über 20.000 Ausgabestellen verfügbar.</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<b>Initiative Plastikfreie Stadt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiative unterstützt Unternehmen und Organisationen dabei, ihren Plastik-Konsum langfristig zu reduzieren.</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

## SCOPE 2

---

**Scope 2** umfasst Faktoren, die nur begrenzt durch die Angebotsgestaltenden beeinflusst werden können oder die nur langfristig beeinflussbar sind. Der Einfluss ist begrenzt, da die Akteur:innen Produkte, Dienstleistungen etc. einkaufen und mit anderen Akteur:innen sowie Lieferant:innen zusammenarbeiten. Die Auswirkungen entstehen somit nicht direkt im Unternehmen, sondern bei der Produktion der eingekauften Produkte und Dienstleistungen.

### Einflussbereich: Lieferkette

Einbindung der Lieferant:innen und Leistungsträger:innen als Bestandteile des Angebots. Einflussnahme ist möglich durch die Auswahl nachhaltiger Alternativen, jedoch können die internen Prozesse der Partner:innen nicht direkt beeinflusst oder kontrolliert werden.

### Key Performance Indicators (KPIs)

Mit den folgenden Indikatoren wird die Nachhaltigkeit in der Lieferkette gemessen:

1. **Anteil zertifizierter Lieferant:innen in %:** Wie viele der Lieferant:innen verfügen über ein anerkanntes Nachhaltigkeitsiegel?
2. **Anzahl regionaler Partner:innen:** Wie viele der in das Angebot eingebundenen Partner:innen und Dienstleister:innen kommen aus der Region?

## Leitlinien und ihre praktische Anwendung

<b>Wir pflegen nachhaltige Lieferketten.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achten Sie auf eine faire Bezahlung der Dienstleister:innen und Lieferant:innen.</li> <li>• Pflegen Sie langfristige Geschäftsbeziehungen.</li> <li>• Stellen Sie gute Arbeitsbedingungen entlang der Lieferkette sicher.</li> <li>• Arbeiten Sie mit Lieferant:innen zusammen, die nachhaltige Praktiken verfolgen und nachweislich soziale und ökologische Verantwortung übernehmen.</li> <li>• Achten Sie auf Transparenz in der gesamten Lieferkette.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<b>Beschaffungsrichtlinien aboutcities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leitfaden zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln, Textilien und Papier in Anlehnung an die Guidelines von Oldenburg.</li> <li>• Erarbeitet im Rahmen des Projektes zum nachhaltigen Städtetourismus in Niedersachsen.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	-

<b>Wir leisten einen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung regionaler Produkte/Lebensmittel aus der Region</li> <li>• Bevorzugen Sie lokale/regionale Lieferant:innen/Anbieter:innen für Lebensmittel und andere Verbrauchsgüter.</li> <li>• Empfehlungen und Hinweise auf andere regionale Angebote</li> <li>• Bevorzugter Verkauf regional erzeugter Souvenirs in der Tourist-Information</li> <li>• Arbeiten Sie mit lokalen Organisationen oder Vereinen zusammen.</li> <li>• Arbeiten Sie mit der lokalen IHK oder der Wirtschaftsförderung zusammen.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<b>Digitaler Marktplatz für regionale Produkte Südheide</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktplatz für regionale Lebensmittel.</li> <li>• Der digitale Marktplatz dient dazu, Angebot und Nachfrage im B2B-Bereich in der Region zusammenzubringen und durch</li> </ul>

	<p>Bündelung der Belieferung möglichst kostengünstige logistische Strukturen aufzubauen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Informationen finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Südheide genießen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionales Netzwerk mit Gastronomie und Erzeuger</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Osnabrücker Leiter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkennungsmerkmal für Händler/Gastronomie, die auf regionale Produkte/Wertschöpfung setzen.</li> <li>• Mehr Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

### Einflussbereich: Infrastruktur

Integration des Angebots in die Umwelt. Bei Aspekten wie der Infrastruktur ist Einflussnahme teilweise nur langfristig möglich und aus Nachhaltigkeitssicht sinnvoll, da strukturelle Veränderungen oft umfassende Planungen, erhebliche Investitionen und längere Umsetzungszeiträume erfordern und entsprechende Umweltauswirkungen mit sich bringen.

### Key Performance Indicators (KPIs)

Mit den folgenden Indikatoren wird die Integration nachhaltiger Infrastrukturen in die Umwelt gemessen:

1. **Anzahl der Maßnahmen zum Schutz der Natur:** Wie viele Maßnahmen zum Schutz der Fauna und Flora haben Sie umgesetzt?

### Leitlinien und ihre praktische Anwendung

<b>Wir achten auf die nachhaltige Nutzung von Infrastrukturen.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen Sie (wo sinnvoll) bereits bestehende (touristische) Infrastrukturen.</li> <li>• Ermöglichen Sie die Zugänglichkeit der Infrastrukturen für alle (Barrierefreiheit).</li> <li>• Bauen Sie Infrastrukturen zum Mehrwert aller aus.</li> <li>• Berücksichtigen Sie langfristige und wartungsarme Infrastrukturen.</li> <li>• Investieren Sie in nachhaltige Bau- und Renovierungsprojekte (grüne Gebäude, energiesparende Technologien).</li> </ul>

<b>Werkzeug</b>	<b>Stakeholder-Dialoge</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbeziehung von lokalen Gemeinschaften, Umweltschutzorganisationen und anderen Interessengruppen in die Planungs- und Entscheidungsprozesse zur nachhaltigen Nutzung von Infrastrukturen.</li> <li>• Ziel: Synergien/Vernetzung schaffen</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	-

<b>Wir achten auf den Einsatz nachhaltiger Baumaterialien.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen Sie lokale/regionale Baumaterialien (z. B. Holz), um Transportwege zu minimieren und die lokale Wirtschaft zu unterstützen</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<b>Nachhaltige Baupraktiken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung von Prinzipien des nachhaltigen Bauens, wie z. B. die Verwendung umweltfreundlicher Materialien, eine energieeffiziente Bauweise, die Integration von erneuerbaren Energien oder Nutzung von Rohstoffen aus der Region</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<b>Museum am Schölerberg in Osnabrück</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beim Umbau/der Neukonzeption der Dauerausstellung wurden Elemente und Materialien der alten Ausstellung recycled und für den Bau der neuen Dauerausstellung in Form von 24 Kunstbäumen wiederverwendet, die in Zusammenarbeit mit der Heilpädagogischen Hilfe Bersenbrück aus den Überresten gefertigt wurden.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

<b>Wir achten auf mögliche Auswirkungen auf die Landschaft sowie Naturschutzaspekte.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisieren Sie Gäste für Ihre Maßnahmen/die Bedeutung nachhaltiger Handlungsweisen.</li> <li>• Sensibilisieren Sie die Einheimischen vor Ort, damit sie eine Vorbildfunktion einnehmen können.</li> <li>• Nehmen Sie Rücksicht auf die Platzierung, den Bau und die Nutzung der Infrastrukturen.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristische negative Auswirkungen (z.B. Overtourismus) verringern / vermeiden</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<p><b>Umweltverträglichkeitsprüfungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifizieren und Bewerten von möglichen negativen Auswirkungen auf die Landschaft und die Natur</li> </ul> <p><b>Richtlinien für Besuchende</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• je nach Angebot können Informationsmaterialien erarbeitet werden, die Besuchende über umweltfreundliches Verhalten und den respektvollen Umgang mit der Natur/Umgebung informieren</li> </ul> <p><b>Besucherlenkung/Besuchermanagement</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bspw. indem Wege während der Brutzeit im Wald gesperrt oder vorhandene Laufwege genutzt werden, damit weitere Zerschneidung von Lebensräumen vermieden wird.</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Ampel für Besucherlenkung im Naturpark Altmühltal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampelsystem wurde eingeführt, um Bootsfahrern leichter ersichtlich zu machen, ob ein Bereich zu wenig Wasser führt.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <b>HIER</b>.</li> </ul>

## SCOPE 3

**Scope 3** umfasst die Faktoren, die nur sehr begrenzt durch die Angebotsgestaltenden beeinflusst werden können. Die Auswirkungen oder Entscheidungen liegen oft außerhalb der direkten Kontrolle der Akteur:innen. Diese Faktoren sind komplexer zu messen und zu reduzieren, da sie verschiedene Aktivitäten von anderen Parteien umfassen und die gewünschte Veränderung „nur“ inspiriert werden kann.

### Einflussbereich: Gästeverhalten

Anreize und Kommunikationsmaßnahmen für ein nachhaltiges Gästeverhalten.

### Key Performance Indicators (KPIs)

Mit den folgenden Indikatoren wird Anreise der Gäste gemessen:

1. **Anteil barrierefreier Inhalte (%):** Anteil der veröffentlichten Inhalte, die für Menschen unabhängig von einer Behinderung barrierefrei zugänglich gemacht wurden.
2. **Effektivität der Anreize (%):** Anteil der Menschen, die die Anreize wahrgenommen bzw. genutzt haben

### Leitlinien und ihre praktische Anwendung

<b>Wir sensibilisieren die Gäste für das Thema Nachhaltigkeit.</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunizieren Sie Nachhaltigkeitsaspekte des Angebots an die Gäste (z. B. durch Informationskampagnen, Social-Media).</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<p><b>Besucherlenkung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lenkung/Umleitung der Besuchenden, um das Erlebnis der nachhaltigen Angebote zu sichern.</li> </ul> <p><b>Anreize schaffen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anreize für Gäste schaffen oder Belohnungen anbieten (Emotionalisierung), z. B. in der Tourist-Information bei Nachweis einer nachhaltigen Anreise mit der Bahn</li> </ul> <p><b>Storytelling, Gamification</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreativer Einsatz von Storytelling oder Gamification, um die Aufmerksamkeit und das Interesse der Gäste zu wecken.</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Bremerhaven Klimahaus</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissens- und Erlebniswelt zu den Themen Klima, Klimawandel und Wetter</li> <li>• Klimazonen der Erde auf spannende und beeindruckende Weise hautnah erleben</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Veranstaltungskalender von visitBerlin</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sammlung spannender und informativer Veranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Baumwipfelpfad Bad Iburg</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz spielerischer VR-Elemente zum Entdecken des Waldes</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

	<p><b>WunderlinGo App</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale Aufwertung der Bahnverbindung Bremen-Groningen durch digitale Erlebnisinhalte zu den Orten entlang der Strecke.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>
--	---

**Wir schaffen Anreize für ein nachhaltiges Verhalten der Angebotsnutzer:innen.**

<b>Umsetzungsidee/Tipps</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anreize für Gäste schaffen oder Belohnungen anbieten (Emotionalisierung), z. B. in der Tourist-Information bei Nachweis einer nachhaltigen Anreise mit der Bahn</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	<p>Anregung der Gäste zu nachhaltigem Verhalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nudging</li> <li>• Verhaltensrichtlinien</li> <li>• Storytelling</li> </ul>
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Copenpay</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kopenhagener Attraktionen belohnen klimafreundliches Handeln.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Klima-Taler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Konzept der Klima-Taler belohnt nachhaltiges Verhalten, wie z. B. Radfahren oder Recycling, mit "Taler", die als Währung für Vergünstigungen genutzt werden können (z. B. freier Eintritt ins Schwimmbad oder Rabatte bei lokalen Händlern)</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

**Wir berücksichtigen eine inklusive Kommunikation für alle Anspruchsgruppen.**

<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunizieren Sie Angebote in leichter Sprache.</li> <li>• Kommunizieren Sie Angebote mehrsprachig.</li> <li>• Nutzen Sie die bevorzugten Kommunikationskanäle der Gäste.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	-
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Eye-Able:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Software zur Entwicklung barrierefreier Webseiten</li> <li>• Mehr Informationen finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

## Einflussbereich: Anreise

Inspiration zu einer nachhaltigen Anreise.

### Key Performance Indicators (KPIs)

Mit den folgenden Indikatoren wird Anreise der Gäste gemessen:

1. **Anteil Anreisen mit ÖPNV (%):** Anteil der Gäste, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen
2. **Anteil Anreisen Fahrrad / zu Fuß (%):** Anteil der Gäste, die mit dem Fahrrad oder zu Fuß anreisen

### Leitlinien und ihre praktische Anwendung

<b>Wir berücksichtigen nachhaltige Mobilitätslösungen für unsere Angebote (motorisiert).</b>	
<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellen Sie Anreisemöglichkeiten mit umweltverträglichen Verkehrsmitteln sicher (z. B. ÖPNV-Haltestellen) oder eine weiterführende Anreise mit Car-Sharing-Möglichkeiten (Stichwort: letzte Meile).</li> <li>• Bieten Sie eine angemessene Infrastruktur für nachhaltige motorisierte Mobilitätslösungen (z. B. E-Ladestationen für Autos).</li> <li>• Engagieren Sie sich für die Einrichtung von E-Ladesäulen an touristisch relevanten Orten.</li> <li>• Schaffen Sie Incentives (Belohnung) für Gäste, die mit dem ÖPNV anreisen (z. B. Rabatt beim Eintrittspreis für das Angebot).</li> <li>• Passen Sie die Zeitpläne (wenn zeitliche Begrenzung Ihres Angebots) an die Taktung des ÖPNVs an.</li> <li>• Kommunizieren Sie umweltverträgliche Anreisemöglichkeiten an die Gäste.</li> <li>• Schließen Sie Kooperationen mit städtischen Verkehrsbetrieben oder privaten Anbietern für die vergünstigte Nutzung.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	-
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<b>Alpine Pearls</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Urlaub in den Alpen ohne Auto.</li> <li>• Bündelung und Kommunikation von ÖPNV-Angeboten.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

	<p><b>Osnabrücker Kongressticket</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stark rabattierte Nutzung des ÖPNVs für Tagungsgäste.</li> <li>• Ein ähnliches Angebot gibt es im Rahmen von Fußballspielen des VfL Osnabrück oder bei öffentlichen Veranstaltungen in der OsnabrückHalle.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>NordseeCard (Gästekarte)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übernachtungsgäste können mit der Karte einen Nordsee-Flitzer (Elektroauto) für bis zu vier Stunden kostenlos mieten und die Umgebung erkunden.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul> <p><b>Sylt Mobil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• umweltfreundliche Fortbewegung auf Sylt</li> <li>• <a href="http://sylvt-mobil.de/">http://sylvt-mobil.de/</a></li> </ul>
--	--

**Wir berücksichtigen nachhaltige Mobilitätslösungen für unsere Angebote (NICHT motorisiert).**

<b>Umsetzungsideen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellen Sie nicht-motorisierte Anreisemöglichkeiten sicher (z. B. Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, E-Ladestationen für Fahrräder, fußläufige zentrale Lage, Fahrradmitnahme im ÖPNV) oder eine weiterführende Anreise mit Bike-Sharing-Möglichkeiten (Stichwort: letzte Meile).</li> <li>• Richten Sie, wenn möglich, das Angebot so aus, dass währenddessen keine motorisierten Verkehrsmittel eingesetzt werden (z. B. zu Fuß, Nutzung des Fahrrads).</li> <li>• Bieten Sie vor Ort Fahrradständer, sichere Abstellmöglichkeiten und Fahrradwerkzeug.</li> <li>• Kommunizieren Sie umweltverträgliche Anreisemöglichkeiten an die Gäste.</li> </ul>
<b>Werkzeug</b>	xx
<b>Good-Practice-Beispiel</b>	<p><b>Fahrradgarderobe</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die mobile, sichere &amp; versicherte Pop-Up-Fahrradparklösung für (Groß-) Veranstaltungen &amp; Kommunen.</li> <li>• Weitere Informationen dazu finden Sie <a href="#">HIER</a>.</li> </ul>

### GeoTour Klimaschätze in Oldenburg

- Nachhaltigkeitsbildung und nachhaltige Mobilität in Form von Geocaching-Tour.
- Weitere Informationen dazu finden Sie [HIER](#).