

KPI-Toolkit für Destinationen

Executive Summary

Die Entwicklung dieses KPI-Toolkits für Destinationen zielt darauf ab, die Implementierung von Nachhaltigkeit in der Strategieentwicklung und eine entsprechende Messbarkeit zu unterstützen. Basierend auf den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit wurden daher insgesamt 25 KPIs und die dazugehörigen Initiativen ausgearbeitet.

Jedes dieser Themen orientiert sich an einer einheitlichen Darstellung, in der zuerst die Relevanz der Initiative beleuchtet wird und Maßnahmen dargestellt werden. Anschließend folgt die Formulierung des KPIs (Key Performance Indicator), die Berechnungsmethode sowie eine Interpretationsanleitung der Ergebnisse.

Im ökologischen Bereich der Nachhaltigkeit lauten diese KPIs „Anteil der touristischen Ankünfte, die öffentliche Verkehrsmittel für die An- und Abreise nutzen“, „Anteil der CO₂-freien oder emissionsarmen Transportmittel an den Gesamttransportmitteln der Tourist:innen in der Destination“, „Gesamte Treibhausgasemissionen pro Nächtigung“, „Prozentuale Reduktion der Gesamtreibhausgasemissionen im Vergleich zu einem Basisjahr“, „Anteil der Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch der Destination“, „Wasserverbrauch pro Nächtigung“, „Recyclingquote der Destination“ und „Index der biologischen Vielfalt oder Biodiversitätsindex“.

In der sozialen Dimension steht die Ermittlung von „Lokaler Arbeitsplatzquote“, „Durchschnittlicher Lohn im Tourismussektor im Vergleich zum nationalen Mindestlohn“, „Diversity and Inclusion Index“, „Sozialer Beitrag der Tourismusbranche zur lokalen Gemeinschaft“ und „Gästebeteiligung an nachhaltigen Aktivitäten“ im Fokus.

Auf ökonomischer Ebene sind die relevanten KPIs mit „Anzahl der nachhaltigen Innovationen in der Destination“, „Teilnahmequote an der Community-Plattform und Schulungsprogramm“, „Gesamtzufriedenheit der Gäste“, „Tourismusakzeptanzrate“, „Tourismusbelastungsindex“, „Umsetzungsrate nachhaltiger Richtlinien“, „Anteil der nachhaltigen Beschaffung am Gesamtbeschaffungsvolumen“, „Anteil zertifizierter nachhaltiger Unternehmen oder Unterkünfte“, „Grad der Implementierung des Nachhaltigkeits-Managementsystems“, „Anteil der Gäste, die über nachhaltige Angebote informiert wurden und diese genutzt haben“, „Anzahl der veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte pro Jahr“ und „Anzahl der durchgeführten Dialogveranstaltungen pro Jahr“ angeführt.

Messbare Ziele helfen dabei, Strategien zu implementieren und den Fortschritt zu quantifizieren und entsprechend zu kommunizieren. Ganz gleich, ob die gesetzten Ziele erreicht wurde oder nicht, steht die regelmäßige Evaluierung im Fokus. Maßnahmen können fortlaufend angepasst und erweitert werden.

Dem Prinzip eines Toolkits entsprechend, ist es nicht relevant, wie viele KPIs eine Destination anfangs implementiert. Eine schrittweise Annäherung ist effizienter als eine Überforderung durch zu viele parallel laufende Prozesse. Auch hier müssen die Besonderheiten der eigenen Destination beachtet werden, um die strategische Implementierung von Nachhaltigkeit so zielführend wie möglich zu gestalten.

Ihre Ansprechperson:

Katrin Erben, Expertin für Nachhaltigkeit, Österreich Werbung

Katrin.Erben@austria.info | 0664 182 42 24

Nachhaltigkeitskriterien für Destinationen

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt als strategischer Wettbewerbsfaktor im Tourismus an Bedeutung: für Gäste ist Nachhaltigkeit ein immer wichtiger werdendes Entscheidungskriterium, ebenso wie für bestehende und vor allem für neue Mitarbeitende. Dies betrifft touristische Leistungsträger ebenso wie Destinationen.

Regulatives Umfeld verschärft sich

Auch abseits des Aufbaus von strategischen Wettbewerbsvorteilen ist es notwendig, sich dem Thema Nachhaltigkeit ernsthaft zu widmen, da die diesbezügliche Regulative sich zunehmend verschärft. Eine zentrale Vorgabe der Europäischen Union ist es, den Ausstoß von Treibhausgasen bis 2050 auf Netto Null zu bringen, mit dem Zwischenziel, die Emissionen schon bis 2030 um 55 % gegenüber 1990 zu reduzieren. Mit diesem Ziel soll Europa der erste klimaneutrale Kontinent werden. Diese Vorgabe wird zunehmend in Richtlinien und Gesetze übertragen, so etwa in die neue EU-Taxonomie, die definiert, welche Aktivitäten als nachhaltig eingestuft werden können, aber auch in die Corporate Sustainability Due Diligence Directive (der im deutschen Lieferkettengesetz bereits vorgegriffen wurde), aber auch im sich verschärfenden EU-Emissionshandel, der die Nichtbeachtung der Ziele der Europäischen Union mit einem erhöhten Zertifikatpreis bzw. Strafzahlungen belegen wird. Obwohl diese und weitere Vorgaben vorerst auf größere unternehmerische Einheiten angewandt werden, wird sich der Kreis der Betroffenen vergrößern und gibt die Richtung vor. Es gilt also, die richtigen strukturellen Weichenstellungen frühzeitig zu stellen, noch bevor diese Vorgaben schlagend werden, um Risiken für die Zukunft zu vermeiden und seine eigene Wettbewerbsfähigkeit durch die Ausrichtung auf die Zukunftsthemen zu stärken.

Logik und Struktur von Nachhaltigkeit folgt drei Dimensionen

Nachhaltigkeit wird im betriebswirtschaftlichen Sinn in drei Dimensionen strukturiert, die international üblicherweise unter den Kürzeln ESG zusammengefasst werden. „E“ steht für *Environment*, „S“ steht für *Social* und „G“ steht für *Governance*. Wir benennen diese drei Bereiche folgendermaßen:

- Klima & Umwelt (*Environment*)
- Mensch & Gesellschaft (*Social*)
- Innovation, Ethik, Richtlinien & Zertifikate (*Governance*)

Diese Aufteilung ermöglicht eine strukturierte Vorgehensweise durch die Zuordnung von Einzelthemen zu den jeweiligen Bereichen, aber auch eine Vergleichbarkeit im Sinne eines Benchmarkings und einen entsprechenden Erfahrungsaustausch. Zudem sind die Kriterien von Investor:innen und Kreditgeber:innen oft an diese Struktur angelehnt, was den Prozess der Bewertung seitens dieser Organisationen in der Regel erleichtert.

Destinationsspezifische Unterschiede berücksichtigen

Die beschriebene Struktur gilt für alle organisatorischen Einheiten gleichermaßen, sei es für touristische Leistungsträger wie Hotels, Gastronomie, Bergbahnen, Mobilitätsanbieter:innen und andere, kann aber auch auf Destinationsebene umgelegt werden. Gerade auf der Destinationsebene kommen weitere Schlüsselfaktoren hinzu, wie das Schaffen von Plattformen zum Austausch etwa für Knowhow und Innovationen und das Stakeholder-Management.

Weiters kann man die Vergleichbarkeit der Aktivitäten und Fortschritte durch Auswahl der entsprechenden Peergroup auch so gestalten, dass man Winterdestinationen bzw. Sommerdestinationen untereinander vergleicht und einen entsprechenden Knowhow-Austausch fördert. Dasselbe trifft auch auf die Vergleichbarkeit von urbanen und ländlicheren Destinationen zu.

Destinationsspezifische Kriterien können in die vorgeschlagene Nachhaltigkeitsstruktur integriert werden.

Vorgehensweise bei der Umsetzung

Letztlich geht es darum, das Thema Nachhaltigkeit in den bestehenden Stakeholder-Prozess auf Destinationsebene zu integrieren und aus den genannten Gründen zu einem zentralen strategischen Thema zu machen.

Die Abfolge der Aktivitäten könnte folgendermaßen aussehen:

1. Awareness für das Thema schaffen und Knowhow aufbauen
2. Die vorgeschlagene Nachhaltigkeitsstruktur und Indikatoren an die Gegebenheiten und Möglichkeiten der eigenen Destination anpassen. Hier gilt: anfangs lieber klein anfangen und kontinuierlich anpassen und erweitern
3. Den Istzustand der ausgewählten Kriterien auf Destinationsebene messen. Aufgrund der Fragmentierung und der Notwendigkeit zur Kooperation innerhalb der Destination klingt dies einfacher als es ist.
4. Messbare Ziele für die Kriterien festlegen. Nur so kann man den Fortschritt auch dokumentieren und die Maßnahmen ausrichten, bzw. Erfolge glaubhaft und hinterlegt kommunizieren
5. Maßnahmen zur Erreichung der gewählten Ziele festlegen

Begleitet werden kann dieser Prozess durch eine gute Kommunikation innerhalb der Destination, aber auch nach außen in Richtung der bestehenden als auch der potenziellen Gästen. Sehr wichtig ist es dabei zu beachten, keine irreführenden, unklaren und falschen Behauptungen bzw. Versprechungen zu kommunizieren, um nicht in den Vorwurf des Greenwashing zu geraten. Die Kommunikation soll ehrlich, transparent und authentisch sein und soll Ambitionen und Erfolge ohne Übertreibungen sichtbar machen.

Die vorgeschlagene Nachhaltigkeitstabelle kann als Ausgangspunkt verwendet werden

Die im folgenden angeführte Nachhaltigkeitstabelle folgt der beschriebenen Struktur und ist mit Indikatoren hinterlegt. Weiters folgen später möglichen Maßnahmen sowie eine entsprechende Vorgehensformulierung. Diese können und sollen an den Stand und die Spezifika der Destination zu diesem Thema angepasst werden.

Klima & Umwelt (Environment)	Mensch & Gesellschaft (Social)	Innovation, Ethik, Richtlinien & Zertifikate (Governance)
E1: Schaffung von An-/Abreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln	S1: Lokale Beschäftigung	G1: Innovationskraft stärken
E2: Klimafreundliche Mobilität in der Destination	S2: Faire Entlohnung & Beschäftigung	G2: Community-Plattform & -Management sowie Schulungen
E3: Treibhausgas-Bilanzierung	S3: Inklusion & Diversität	G3: Messung der Gästezufriedenheit
E4: Treibhausgas-Reduktion	S4: Beitrag zur Gesellschaft in der Destination	G4: Messung der Tourismusakzeptanz
E5: Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen	S5: Gästebeteiligung	G5: Vermeidung von Overtourism
E6: Optimierung der Wasserverwendung		G6: Richtlinien etablieren
E7: Optimierung des Abfallkreislaufes		G7: Umstieg auf nachhaltige Beschaffung unterstützen
E8: Biodiversität		G8: Nachhaltigkeitszertifizierungen
		G9: Nachhaltigkeits-Managementsystem
		G10: Nachhaltigkeitskommunikation
		G11: Nachhaltigkeitsberichte
		G12: Erweiterte Dialogplattform zur Destinationsentwicklung

Klima & Umwelt

E1: Schaffung von An-/Abreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Die Schaffung von An- und Abreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln spielt eine entscheidende Rolle für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination aus mehreren Gründen:

1. Reduzierung von Umweltauswirkungen: Der Tourismussektor ist oft mit erheblichen Umweltauswirkungen verbunden, insbesondere durch den Verkehr. Wenn Reisende vermehrt auf öffentliche Verkehrsmittel zurückgreifen können, wird der Bedarf an individuellen Fahrzeugen und somit der CO₂-Ausstoß und andere Schadstoffemissionen reduziert. Das trägt dazu bei, den ökologischen Fußabdruck des Tourismus zu verringern und den Klimawandel zu bekämpfen.
2. Entlastung der Infrastruktur: Durch eine verstärkte Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel werden Straßen entlastet, was zu einer geringeren Belastung der Infrastruktur führt. Dies ist besonders wichtig in touristisch stark frequentierten Regionen, in denen der Verkehr oft zu Staus und Engpässen führt.
3. Erhöhung der Attraktivität für umweltbewusste Tourist:innen: Immer mehr Reisende legen Wert auf nachhaltige Reiseoptionen und bevorzugen Ziele, die umweltfreundliche Verkehrsalternativen anbieten. Eine gut entwickelte Infrastruktur für öffentliche Verkehrsmittel kann daher dazu beitragen, dass eine Destination für diese Zielgruppe attraktiver wird.
4. Stärkung der regionalen Wirtschaft: Die Förderung von öffentlichen Verkehrsmitteln kann auch die regionale Wirtschaft stärken, indem sie der lokalen Bevölkerung und Tourist:innen eine bequeme und erschwingliche Möglichkeit bietet, regionale Unternehmen und Sehenswürdigkeiten zu erreichen. Dadurch profitieren nicht nur große touristische Unternehmen, sondern auch kleinere lokale Betriebe und Dienstleister:innen.
5. Langfristige Wettbewerbsfähigkeit: Destinationen, die frühzeitig in nachhaltige Infrastrukturen investieren und umweltfreundliche Verkehrslösungen fördern, sind langfristig wettbewerbsfähiger. Sie können besser auf die wachsenden Anforderungen einer nachhaltigkeitsbewussten Reisegesellschaft reagieren und sich so als verantwortungsbewusste und zukunftsorientierte Reiseziele positionieren.

Zusammenfassend trägt die Schaffung von An- und Abreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln dazu bei, die negativen Auswirkungen des Tourismus zu reduzieren, die Attraktivität einer Destination zu steigern und langfristige ökonomische, soziale und ökologische Vorteile zu erzielen.

Maßnahmen können umfassen:

- Messung des Prozentsatzes (inkl. Quellenmarktdaten) der entsprechenden An- und Abreisen
- Initiierung von Kooperationen und Maßnahmen zur Erhöhung der Inanspruchnahme

KPI: Anteil der touristischen Ankünfte, die öffentliche Verkehrsmittel für die An- und Abreise nutzen

Berechnungsformel: (Anzahl der Tourist:innen, die öffentliche Verkehrsmittel nutzen / Gesamtanzahl der touristischen Ankünfte) * 100

Ein hoher Wert dieses KPIs deutet darauf hin, dass die Destination attraktive und gut zugängliche öffentliche Verkehrsmittel bietet, was wiederum auf eine nachhaltige Ausrichtung und eine geringere Umweltauswirkung des Tourismus hindeutet. Ein niedriger Wert hingegen kann darauf hindeuten, dass die öffentliche Verkehrsinfrastruktur noch ausbaufähig ist und die Destination möglicherweise Maßnahmen ergreifen sollte, um den Anteil der umweltfreundlichen Verkehrsmittel zu erhöhen.

Es ist wichtig zu beachten, dass der KPI nicht isoliert betrachtet werden sollte, sondern in Verbindung mit anderen relevanten KPIs und Indikatoren zur Nachhaltigkeitsentwicklung der Destination. Dazu könnten beispielsweise weitere KPIs zur CO₂-Emission pro Tourist:in, zur Nutzung erneuerbarer Energien in der Verkehrsinfrastruktur oder zur Kundenzufriedenheit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gehören. Die Kombination mehrerer KPIs ermöglicht eine ganzheitliche Bewertung der Nachhaltigkeitsbemühungen einer Destination im Zusammenhang mit dem Tourismussektor.

E2: Klimafreundliche Mobilität in der Destination

Die Förderung von klimafreundlicher Mobilität in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Reduzierung von Treibhausgasemissionen: Der Verkehrssektor ist einer der Hauptverursacher von Treibhausgasemissionen, die zum Klimawandel beitragen. Durch die Förderung klimafreundlicher Mobilität, wie beispielsweise den Einsatz von Elektrofahrzeugen, Fahrrädern oder öffentlichen Verkehrsmitteln, kann der CO₂-Ausstoß des Tourismussektors erheblich reduziert werden. Dies unterstützt die Bemühungen, den Klimawandel zu bekämpfen und die Ziele des Pariser Abkommens zu erreichen.
2. Schutz der natürlichen Ressourcen: Eine nachhaltige Mobilitätspolitik hilft, den Verbrauch nicht-erneuerbarer Ressourcen, wie fossiler Brennstoffe, zu verringern. Dadurch werden lokale Umweltbelastungen reduziert und die Abhängigkeit von begrenzten Ressourcen gemindert, was langfristig die Stabilität und Resilienz der Destination stärkt.
3. Verbesserung der Luft- und Lebensqualität: Klimafreundliche Mobilitätsoptionen führen zu einer Verringerung von Luftverschmutzung und Smog, da weniger schädliche Emissionen freigesetzt werden. Dies wirkt sich positiv auf die Gesundheit der Einheimischen und Tourist:innen aus und schafft eine angenehmere Umgebung für alle.
4. Stärkung des Images der Destination: Eine Destination, die sich aktiv für klimafreundliche Mobilität einsetzt, kann ihr Image als nachhaltiges Reiseziel verbessern. Tourist:innen, insbesondere umweltbewusste Reisende, neigen dazu, Ziele zu bevorzugen, die sich für Umweltschutz und Nachhaltigkeit engagieren. Dies kann zu einer positiven Wahrnehmung und einem Wettbewerbsvorteil führen.
5. Langfristige Wirtschaftlichkeit: Die Förderung klimafreundlicher Mobilität kann langfristig zu Kosteneinsparungen führen, da nachhaltige Verkehrsoptionen oft effizienter und kostengünstiger sind. Dies kann auch den Tourismussektor widerstandsfähiger gegenüber steigenden Energiekosten machen und langfristige wirtschaftliche Stabilität fördern.
6. Erhalt der natürlichen Schönheit und Kulturerbe: Eine nachhaltige Mobilitätspolitik kann dazu beitragen, sensible Ökosysteme und das kulturelle Erbe einer Destination vor den negativen Auswirkungen des Massentourismus und der Verkehrsüberlastung zu schützen.

schützen. Damit wird die Schönheit und Einzigartigkeit der Destination für kommende Generationen bewahrt.

Zusammenfassend trägt die Förderung von klimafreundlicher Mobilität in einer Destination maßgeblich zur strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung bei, indem sie den Umweltschutz fördert, die Lebensqualität verbessert, das Image stärkt und langfristige ökonomische Vorteile bietet. Dies macht die Destination insgesamt attraktiver und zukunftsfähiger für Reisende und Einheimische gleichermaßen.

Maßnahmen können umfassen:

- Regelmäßige Statuserhebung
- Maßnahmenableitung
- Involvierung von Partner:innen der Privatwirtschaft und der öffentlichen Hand

KPI: Anteil der CO₂-freien oder emissionsarmen Transportmittel an den Gesamttransportmitteln der Touristen in der Destination

Berechnungsformel: (Anzahl der CO₂-freien oder emissionsarmen Transportmittel / Gesamtanzahl der touristischen Transportmittel) * 100

Ein hoher Wert dieses KPIs zeigt an, dass die Destination erfolgreich darin ist, nachhaltige Mobilitätsoptionen zu fördern und den Anteil umweltfreundlicher Transportmittel zu erhöhen. Dies deutet darauf hin, dass die strategischen Maßnahmen zur Förderung klimafreundlicher Mobilität greifen und die Destination auf einem guten Weg ist, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass die Förderung von klimafreundlicher Mobilität noch verstärkt werden muss, um einen signifikanten Einfluss auf die CO₂-Emissionen des Tourismussektors zu erzielen.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nur einen Aspekt der Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination im Bereich Mobilität misst. Weitere relevante KPIs könnten beispielsweise die Anzahl der Fahrradwege oder die Auslastung der öffentlichen Verkehrsmittel im Verhältnis zur Anzahl der Tourist:innen sein.

E3: Treibhausgas-Bilanzierung

Die Treibhausgasbilanzierung einer Destination ist von entscheidender Bedeutung für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung aus mehreren Gründen:

1. Messung der Umweltauswirkungen: Die Treibhausgasbilanzierung ermöglicht es, die Gesamtmenge an Treibhausgasen zu quantifizieren, die durch verschiedene wirtschaftliche Aktivitäten und den Tourismussektor einer Destination verursacht werden. Dies schließt Emissionen aus Transport, Unterkünften, Gastronomie, Freizeitaktivitäten und anderen Aspekten des Tourismus ein. Dadurch kann ermittelt werden, welchen Beitrag der Tourismussektor zur Klimaveränderung leistet und wo die größten Umweltauswirkungen liegen.
2. Identifikation von Schwerpunktbereichen: Die Bilanzierung ermöglicht es, spezifische Bereiche mit hohem Emissionspotenzial zu identifizieren. Dies können beispielsweise Transportmittel mit hohen Emissionen oder energieintensive touristische Einrichtungen

- sein. Durch die Fokussierung auf diese Schwerpunktbereiche können gezielt Maßnahmen ergriffen werden, um die Umweltauswirkungen zu reduzieren.
3. Grundlage für nachhaltige Entscheidungsfindung: Die Treibhausgasbilanzierung liefert eine objektive Datenbasis, die für eine fundierte und evidenzbasierte Entscheidungsfindung von großer Bedeutung ist. Basierend auf den Ergebnissen können gezielte Strategien und Maßnahmen entwickelt werden, um die CO₂-Emissionen und die Gesamtumweltauswirkungen des Tourismussektors zu reduzieren.
 4. Vergleich mit anderen Destinationen: Die Treibhausgasbilanz ermöglicht es auch, die Leistung einer Destination in Bezug auf ihre Umweltauswirkungen mit anderen Destinationen zu vergleichen. Dadurch können Best Practices identifiziert und von erfolgreichen Beispielen anderer Orte gelernt werden, um die eigene Nachhaltigkeitsstrategie zu verbessern.
 5. Image und Wettbewerbsfähigkeit: Eine positive Treibhausgasbilanz und eine nachhaltige Ausrichtung können das Image einer Destination stärken und sie für umweltbewusste Tourist:innen attraktiver machen. Eine nachhaltige Reputation kann sich als Wettbewerbsvorteil erweisen, da viele Reisende zunehmend umweltfreundliche Ziele bevorzugen.
 6. Beitrag zum Klimaschutz: Da der Tourismussektor weltweit einen bedeutenden Anteil an Treibhausgasemissionen verursacht, kann die Reduzierung der Emissionen einer Destination einen Beitrag zum globalen Klimaschutz leisten. Durch eine Verringerung der Umweltauswirkungen des Tourismus kann eine Destination Teil der Lösung sein und zur Erreichung internationaler Klimaziele beitragen.

Zusammenfassend liefert die Treibhausgasbilanzierung einer Destination wichtige Informationen, um umweltfreundliche Maßnahmen zu entwickeln, umzusetzen und den Fortschritt in Bezug auf Nachhaltigkeitsziele zu messen. Sie ist ein unverzichtbares Instrument, um den Tourismussektor auf eine nachhaltige und verantwortungsbewusste Entwicklung auszurichten und dabei Umweltschutz und wirtschaftliches Wachstum in Einklang zu bringen.

Maßnahmen können umfassen:

- Regelmäßige Stuserhebung Scope 1, 2 & 3¹
- Kommunikation in der Destination & Involvierung der Leistungsträger
- Maßnahmenableitung
- Bündelung von Unterstützungsleistungen für priorisierte Themen (z.B. Sanierung, etc.)

KPI: Gesamte Treibhausgasemissionen pro Nächtigung

Berechnungsformel: Gesamte Treibhausgasemissionen der Destination / Anzahl der Nächtigungen

¹ Der GHG Protocol Corporate Standard kategorisiert Treibhausgasemissionen, die mit dem Corporate Carbon Footprint eines Unternehmens in Verbindung stehen, als Scope-1-, 2-, und 3-Emissionen. Scope-1-Emissionen sind Emissionen aus Quellen, die direkt von Unternehmen verantwortet oder kontrolliert werden. Im Gegensatz zu direkten Emissionen definiert das GHG Protocol indirekte Emissionen als Folge der Geschäftstätigkeit von Unternehmen, die jedoch aus Quellen stammen, die einem anderen Unternehmen gehören oder von diesem kontrolliert werden. Dazu gehören die sogenannten Scope-2- und 3-Emissionen.

Ein niedriger Wert dieses KPIs deutet darauf hin, dass die Destination effektive Maßnahmen zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen ergriffen hat und einen umweltfreundlichen Tourismus fördert. Eine gezielte Reduktion dieses Indikators ist ein Zeichen für eine erfolgreiche Nachhaltigkeitsstrategie. Ein hoher Wert hingegen kann darauf hinweisen, dass weitere Maßnahmen erforderlich sind, um die Umweltauswirkungen des Tourismussektors zu reduzieren und auf eine nachhaltigere Entwicklung hinzuarbeiten.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nur einen Aspekt der Treibhausgasbilanzierung einer Destination erfasst. Für eine umfassende Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung einer Destination sollten weitere relevante KPIs herangezogen werden, wie beispielsweise die Emissionsreduktion im Vergleich zu einem Basisjahr, die Anteile erneuerbarer Energien oder auch die CO₂-Emissionen pro Flächeneinheit der Destination.

E4: Treibhausgas-Reduktion

Die Treibhausgasreduktion in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von entscheidender Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. **Beitrag zum Klimaschutz:** Die Treibhausgasemissionen tragen maßgeblich zum Klimawandel bei, der eine der größten globalen Herausforderungen unserer Zeit ist. Durch die Reduzierung von Treibhausgasen in einer Destination leistet diese einen aktiven Beitrag zum globalen Klimaschutz. Da der Tourismussektor einen erheblichen Anteil an den Emissionen vieler Destinationen hat, kann die Treibhausgasreduktion in diesem Bereich einen spürbaren Unterschied machen.
2. **Verantwortung für Umwelt und Zukunft:** Eine Destination, die sich für Treibhausgasreduktion engagiert, zeigt Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Umwelt und kommenden Generationen. Nachhaltiges Handeln und der Schutz der Umwelt sind wichtige ethische und moralische Aspekte einer strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung.
3. **Verbesserung der Resilienz:** Die Reduzierung von Treibhausgasen kann eine Destination widerstandsfähiger gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels machen. Extreme Wetterereignisse, wie Hurrikans, Überschwemmungen und Dürren, werden durch den Klimawandel häufiger und intensiver. Eine nachhaltige Reduktion von Emissionen kann dazu beitragen, die negativen Auswirkungen solcher Ereignisse zu reduzieren und die Resilienz der Destination zu stärken.
4. **Kostenersparnis:** Die Umstellung auf klimafreundlichere Technologien und Praktiken kann langfristig zu Kosteneinsparungen führen. Energieeffizienz, erneuerbare Energien und andere nachhaltige Maßnahmen können den Energieverbrauch senken und die Abhängigkeit von teuren fossilen Brennstoffen verringern.
5. **Image und Wettbewerbsfähigkeit:** Eine Destination, die sich aktiv für Treibhausgasreduktion einsetzt, kann ihr Image als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel stärken. Dies kann dazu beitragen, umweltbewusste Gäste anzuziehen und die Wettbewerbsfähigkeit der Destination zu steigern.
6. **Erfüllung internationaler Verpflichtungen:** Viele Länder und Regionen haben sich internationalen Vereinbarungen und Zielen zur Reduzierung von Treibhausgasen verpflichtet, wie z.B. dem Pariser Abkommen. Eine konsequente Treibhausgasreduktion in der Tourismusbranche trägt zur Erfüllung dieser Verpflichtungen bei und zeigt das Engagement der Destination für den globalen Klimaschutz.

Zusammenfassend ist die Treibhausgasreduktion in einer Destination ein wichtiger Bestandteil der strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung. Sie trägt zum globalen Klimaschutz bei, stärkt das Image der Destination, verbessert die Resilienz gegenüber dem Klimawandel und kann langfristige wirtschaftliche und ökologische Vorteile bringen.

Maßnahmen können umfassen:

- Identifikation von priorisierten Projektthemen (z.B. Gebäudesanierung; Klimatechnik, Chemische Betriebsmittel, Nahrungsmittelkette, etc.)
- Identifikation von Fördermöglichkeiten
- Umsetzung lokaler Kompensations-Projekte

KPI: Prozentuale Reduktion der Gesamtreibhausgasemissionen im Vergleich zu einem Basisjahr

Berechnungsformel: $((\text{Emissionen im Basisjahr} - \text{Emissionen im aktuellen Jahr}) / \text{Emissionen im Basisjahr}) * 100$

Ein positives Ergebnis zeigt, dass die Destination ihre Treibhausgasemissionen erfolgreich reduziert hat. Eine höhere prozentuale Reduktion deutet darauf hin, dass die Nachhaltigkeitsmaßnahmen effektiv waren und das Ziel der Emissionsreduktion erreicht wurde. Ein negativer Wert oder eine geringe prozentuale Reduktion könnte hingegen darauf hinweisen, dass die Emissionsreduktion noch nicht ausreichend ist oder dass weitere Maßnahmen erforderlich sind, um die gesteckten Ziele zu erreichen.

Dieser KPI bietet eine klare und messbare Kennzahl, um den Fortschritt bei der Treibhausgasreduktion im Zeitverlauf zu beobachten. Er ermöglicht eine Bewertung der Effektivität von nachhaltigen Maßnahmen und kann als Leitfaden für die weitere strategische Planung und Umsetzung dienen.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI in Kombination mit anderen relevanten KPIs betrachtet werden sollte, um eine umfassende Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung einer Destination zu erhalten. Zusätzliche KPIs könnten beispielsweise die prozentuale Nutzung erneuerbarer Energien, die Emissionsreduktion pro Gast bzw. Nächtigung oder pro Flächeneinheit oder die Energieeffizienz von Unterkünften und Verkehrsmitteln sein.

E5: Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen

Die Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung aus mehreren Gründen von großer Bedeutung:

1. Reduzierung der Umweltauswirkungen: Erneuerbare Energien wie Sonnen-, Wind- und Wasserkraft erzeugen im Vergleich zu fossilen Brennstoffen deutlich weniger Treibhausgasemissionen und Luftverschmutzung. Durch den Einsatz erneuerbarer Energien kann eine Destination ihre CO₂-Emissionen erheblich reduzieren und einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Dadurch wird die Umweltbelastung insgesamt minimiert.
2. Verminderung der Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen: Eine verstärkte Nutzung erneuerbarer Energien reduziert die Abhängigkeit von knappen und umweltschädlichen fossilen Brennstoffen wie Kohle, Erdöl und Erdgas. Dadurch wird die Destination weniger anfällig für Preisschwankungen auf den internationalen

Energiemärkten und kann ihre Energieversorgung langfristig sicherer und stabiler gestalten.

3. Förderung der lokalen Wirtschaft: Die Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen bietet Chancen für die Entwicklung einer lokalen grünen Wirtschaft. Investitionen in erneuerbare Energien schaffen Arbeitsplätze in den Bereichen Planung, Bau, Betrieb und Wartung von Anlagen und stärken die regionale Wirtschaft.
4. Image als nachhaltige Destination: Die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energien ist ein sichtbares Zeichen für das Engagement einer Destination für Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Eine Destination, die auf erneuerbare Energien setzt, kann ihr Image als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel stärken und damit auch bei umweltbewussten Gästen punkten.
5. Steigerung der Energieeffizienz: Erneuerbare Energien sind oft dezentral nutzbar und bieten die Möglichkeit, Energie direkt vor Ort zu erzeugen. Dies kann die Energieeffizienz erhöhen, da lange Transportwege und Energieverluste vermieden werden.
6. Zukunftssicherheit: Der Klimawandel und die damit einhergehenden Herausforderungen erfordern langfristige Lösungen. Erneuerbare Energien bieten eine nachhaltige Energiequelle, die langfristig verfügbar ist und dazu beitragen kann, die Resilienz einer Destination gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels zu stärken.

Zusammenfassend ist die Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien in einer Destination ein Schlüsselfaktor für ihre strategische Nachhaltigkeitsentwicklung. Sie trägt zur Reduzierung der Umweltauswirkungen, zur lokalen Wirtschaftsförderung, zur Steigerung der Energieeffizienz und zur Stärkung des Images als nachhaltiges Reiseziel bei. Durch den Einsatz erneuerbarer Energien kann eine Destination ihre Umweltbilanz verbessern, ihre Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen verringern und sich langfristig für eine nachhaltige und ressourcenschonende Entwicklung positionieren.

Maßnahmen können umfassen:

- Energiebilanzierung der Destination
- Ableitung des Prozentsatzes erneuerbarer Energien in der Destination und des Selbstversorgungsgrades
- Auflistung entsprechender bestehender und geplanter Projekte
- Bündelung von Fördermöglichkeiten
- Initiierung von Projekten mit Partner:innen

KPI: Anteil der Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch der Destination

Berechnungsformel: $(\text{Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien} / \text{Gesamtenergieverbrauch der Destination}) * 100$

Ein hoher Wert dieses KPIs deutet darauf hin, dass die Destination erfolgreich in den Ausbau erneuerbarer Energien investiert hat und einen Großteil ihres Energiebedarfs aus umweltfreundlichen Quellen deckt. Dies zeigt ein klares Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zum Klimaschutz. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass die Energieerzeugung aus erneuerbaren Energien noch ausbaufähig ist und die Destination

weitere Anstrengungen unternehmen sollte, um ihren Anteil an erneuerbaren Energien zu erhöhen.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nicht isoliert betrachtet werden sollte, sondern in Verbindung mit anderen relevanten KPIs zur Nachhaltigkeit und Energieeffizienz der Destination. Dazu könnten beispielsweise weitere KPIs zur Energieeffizienz von Gebäuden und Verkehrsmitteln, zur Reduktion des Energieverbrauchs pro Gast bzw. Nächtigung oder zur Entwicklung von erneuerbaren Energieprojekten gehören.

E6: Optimierung der Wasserverwendung

Die Optimierung der Wasserverwendung in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Schutz der natürlichen Ressource Wasser: Wasser ist eine lebenswichtige natürliche Ressource, deren Verfügbarkeit in vielen Regionen der Welt zunehmend knapper wird. Durch die Optimierung der Wasserverwendung trägt eine Destination dazu bei, diese wertvolle Ressource zu schützen und nachhaltig zu nutzen. Dies ist essentiell, um die Wasserressourcen für zukünftige Generationen zu erhalten und das ökologische Gleichgewicht der Region zu bewahren.
2. Anpassung an den Klimawandel: Der Klimawandel kann zu verstärkten Dürren und Wasserknappheit in vielen Regionen führen. Eine optimierte Wasserverwendung ermöglicht es einer Destination, sich besser an die Auswirkungen des Klimawandels anzupassen und ihre Resilienz gegenüber möglichen Wasserkrissen zu stärken.
3. Verringerung des ökologischen Fußabdrucks: Der Tourismussektor ist oft mit einem erheblichen Wasserverbrauch verbunden, sei es für Hotels, Bewässerung von Grünflächen, Pools oder andere touristische Einrichtungen. Durch die effiziente Wassernutzung kann die Destination ihren ökologischen Fußabdruck reduzieren und ihre Umweltauswirkungen minimieren.
4. Kostenreduktion: Die Optimierung der Wasserverwendung kann zu Kosteneinsparungen führen, insbesondere in Regionen, in denen Wasserknappheit zu steigenden Wasserkosten führt. Eine nachhaltige Wassernutzung senkt nicht nur die finanziellen Ausgaben für Wasserversorgung und -entsorgung, sondern führt auch zu einer effizienteren Nutzung anderer Ressourcen wie Energie.
5. Image und Attraktivität: Eine Destination, die sich für eine nachhaltige und sparsame Wassernutzung einsetzt, kann ihr Image als verantwortungsbewusstes Reiseziel stärken. Umweltbewusste Reisende bevorzugen oft Ziele, die sich aktiv für den Schutz der Umwelt und der natürlichen Ressourcen einsetzen.
6. Einbindung der lokalen Gemeinschaft: Die Optimierung der Wasserverwendung erfordert oft die Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung, einschließlich der Einbindung von Einheimischen in die Wassermanagementpläne. Dies fördert die Partizipation und das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln in der Gemeinschaft.

Zusammenfassend ist die Optimierung der Wasserverwendung in einer Destination ein entscheidender Aspekt der strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung. Sie schützt die natürliche Ressource Wasser, unterstützt die Anpassung an den Klimawandel, reduziert den ökologischen Fußabdruck, spart Kosten, verbessert das Image und stärkt die Zusammenarbeit mit der lokalen Gemeinschaft. Eine nachhaltige Wassernutzung ist somit eine Grundvoraussetzung für eine verantwortungsbewusste und zukunftsfähige Entwicklung einer Destination.

Maßnahmen können umfassen:

- Erstellung einer Wasserbilanz der Destination
- Identifikation von Unterstützungsleistungen zur Optimierung des Wasserverbrauchs
- Projekte zur Wassergewinnung (Brunnen, Regen, etc.) und Brachwassernutzung

KPI: Wasserverbrauch pro Nächtigung

Berechnungsformel: Gesamtwasserverbrauch der Destination / Anzahl der Nächtigungen

Ein niedriger Wert dieses KPIs zeigt an, dass die Destination erfolgreich Maßnahmen zur Wassereffizienz ergriffen hat und einen sparsamen Umgang mit Wasser fördert. Eine effiziente Wassernutzung kann durch technische Verbesserungen, wie zum Beispiel wassersparende Armaturen und Bewässerungssysteme, und durch Sensibilisierung der Tourist:innen und Einheimischen für einen nachhaltigen Umgang mit Wasser erreicht werden. Ein hoher Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass weitere Anstrengungen erforderlich sind, um den Wasserverbrauch zu reduzieren und eine nachhaltigere Wassernutzung zu fördern.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nicht isoliert betrachtet werden sollte, sondern in Verbindung mit anderen relevanten KPIs zur Wassernutzung und Nachhaltigkeit. Dazu könnten beispielsweise weitere KPIs zur Nutzung recycelten Wassers, zur Regenwassersammlung oder zur Reduktion von Wasserverlusten durch Leckagen gehören.

E7: Optimierung des Abfallkreislaufes

Die Optimierung des Abfallkreislaufs in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Reduzierung von Umweltverschmutzung: Eine effektive Abfallwirtschaft in einer Destination reduziert die Menge an nicht wiederverwertbarem Abfall, der auf Deponien oder in der Natur landet. Dadurch wird die Umweltverschmutzung verringert und natürliche Ökosysteme werden geschützt.
2. Schonung natürlicher Ressourcen: Durch die Einführung eines effizienten Abfallkreislaufs können wertvolle Rohstoffe aus recycelbarem Material wiedergewonnen und wiederverwendet werden. Dies reduziert den Bedarf an neuen Ressourcen und schont natürliche Ressourcen wie Holz, Wasser und Energie.
3. Verminderung des CO₂-Fußabdrucks: Die Reduzierung der Abfallentsorgung auf Deponien und die Vermeidung von Verbrennung nicht-recycelbarer Abfälle tragen dazu bei, die Treibhausgasemissionen zu verringern. Dies trägt zum Klimaschutz bei und hilft, die Ziele zur Reduzierung der CO₂-Emissionen zu erreichen.
4. Attraktivität für umweltbewusste Touristen: Eine gut organisierte und nachhaltige Abfallwirtschaft signalisiert Umweltbewusstsein und Verantwortungsbewusstsein seitens der Destination. Umweltfreundliche Touristen bevorzugen oft Ziele, die sich für den Umweltschutz einsetzen und eine nachhaltige Abfallbewirtschaftung praktizieren.
5. Wirtschaftliche Vorteile: Eine optimierte Abfallwirtschaft kann wirtschaftliche Vorteile bringen. Die Verwertung und Wiederverwendung von Abfällen kann zu Kosteneinsparungen führen, da die Entsorgungskosten reduziert werden. Gleichzeitig können neue Geschäftsmöglichkeiten und Arbeitsplätze im Bereich der Abfallwirtschaft entstehen.
6. Vermeidung negativer Auswirkungen auf die lokale Gemeinschaft: Eine ineffiziente Abfallentsorgung kann negative Auswirkungen auf die Gesundheit der lokalen Bevölkerung haben und ihre Lebensqualität beeinträchtigen. Eine optimierte

Abfallwirtschaft schützt die Gesundheit der Gemeinschaft und verbessert das Wohlbefinden der Einheimischen.

Zusammenfassend ist die Optimierung des Abfallkreislaufs in einer Destination ein wesentlicher Aspekt der strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung. Sie schützt die Umwelt, spart natürliche Ressourcen, reduziert den CO₂-Fußabdruck, zieht umweltbewusste Tourist:innen an, bringt wirtschaftliche Vorteile und fördert das Wohlbefinden der lokalen Gemeinschaft. Eine nachhaltige Abfallbewirtschaftung ist somit unverzichtbar, um eine langfristig verantwortungsbewusste Entwicklung der Destination zu gewährleisten.

Maßnahmen können umfassen:

- Erstellung einer Abfallbilanz der Destination
- Identifikation von Unterstützungsleistungen zur Reduktion des Abfallanfalls, zur Sortierung und zum Recyceln von Abfall
- Identifikation von Lösungen zur Vermeidung und Verwertung von Nahrungsmittelresten

KPI: Recyclingquote der Destination

Berechnungsformel: $(\text{Gesamtmenge recycelter Abfälle} / \text{Gesamtmenge produzierter Abfälle}) \cdot 100$

Der KPI misst den Prozentsatz der Abfälle in einer Destination, die recycelt und wiederverwertet werden, im Verhältnis zur Gesamtmenge der produzierten Abfälle. Die Gesamtmenge der produzierten Abfälle kann sowohl den Abfall der touristischen Einrichtungen als auch den Abfall der lokalen Bevölkerung umfassen. Ein hoher Wert dieses KPIs deutet darauf hin, dass die Destination eine effiziente Abfallwirtschaft hat und einen Großteil ihrer Abfälle recycelt und wiederverwertet. Dies zeigt ein klares Engagement für den Umweltschutz und eine nachhaltige Abfallbewirtschaftung. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass weitere Anstrengungen erforderlich sind, um die Recyclingquote zu erhöhen und eine bessere Nutzung von recycelbaren Materialien zu fördern.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nicht isoliert betrachtet werden sollte, sondern in Verbindung mit anderen relevanten KPIs zur Abfallwirtschaft und Nachhaltigkeit. Dazu könnten beispielsweise weitere KPIs zur Reduzierung der Gesamtmenge an produziertem Abfall, zur Vermeidung von Einwegplastik oder zur Förderung von Maßnahmen zur Abfalltrennung und -sammmlung gehören.

E8: Biodiversität

Biodiversität, also die Vielfalt der Arten von Pflanzen, Tieren und Mikroorganismen sowie die Vielfalt ihrer Lebensräume, ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination von enormer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. **Ökologische Stabilität und Resilienz:** Eine hohe Biodiversität trägt zur Stabilität und Resilienz eines Ökosystems bei. Verschiedene Arten interagieren miteinander und bilden komplexe Beziehungen, die das Gleichgewicht und die Funktionsfähigkeit des Ökosystems aufrechterhalten. Eine intakte Biodiversität ermöglicht es dem Ökosystem,

- sich schneller von Störungen oder Veränderungen zu erholen und besser auf klimatische und andere Umweltveränderungen zu reagieren.
2. **Ressourcenerhaltung:** Die Biodiversität ist die Grundlage für eine nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen wie Lebensmittel, Medizin, Holz und Wasser. Eine intakte Biodiversität erhält die Produktivität der Ökosysteme und stellt sicher, dass die Ressourcen auch in Zukunft verfügbar bleiben.
 3. **Nachhaltiger Tourismus und Attraktivität:** Eine reiche Biodiversität macht eine Destination für Gäste attraktiv, insbesondere für Naturliebhaber:innen und Outdoor-Begeisterte. Der Erhalt und die Schaffung natürlicher Lebensräume ziehen Besucher:innen an, die die Vielfalt der Tier- und Pflanzenwelt erleben möchten. Ein florierender auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Tourismus kann dazu beitragen, die lokale Wirtschaft zu stärken und Arbeitsplätze zu schaffen.
 4. **Kulturelle Bedeutung:** Die Biodiversität ist oft eng mit der Kultur und den Traditionen der lokalen Gemeinschaft verbunden. Sie spielt eine wichtige Rolle in den Geschichten, Bräuchen, der Ernährung und der Heilkunde der Menschen. Der Schutz der Biodiversität kann somit auch zur Erhaltung der kulturellen Identität beitragen.
 5. **Klimaschutz:** Natürliche Ökosysteme, die eine hohe Biodiversität aufweisen, spielen eine wichtige Rolle bei der Absorption von CO₂ und dem Ausgleich des Klimas. Wälder, Feuchtgebiete und andere Lebensräume speichern Kohlenstoff und tragen zur Reduzierung von Treibhausgasen bei, die den Klimawandel verursachen.
 6. **Erfüllung internationaler Verpflichtungen:** Viele Länder haben sich internationalen Abkommen und Vereinbarungen zum Schutz der Biodiversität verpflichtet, wie zum Beispiel dem Übereinkommen über die biologische Vielfalt (CBD). Eine strategische Nachhaltigkeitsentwicklung erfordert daher auch die Umsetzung von Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität, um diese internationalen Verpflichtungen zu erfüllen.

Zusammenfassend ist die Biodiversität eine entscheidende Grundlage für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Sie ist essentiell für die Stabilität und Widerstandsfähigkeit der Ökosysteme, den Erhalt natürlicher Ressourcen, die Attraktivität für den Tourismus, die Wahrung der kulturellen Identität, den Klimaschutz und die Erfüllung internationaler Verpflichtungen. Der Erhalt und die Förderung der Biodiversität sind somit unverzichtbar, um eine langfristig nachhaltige und verantwortungsbewusste Entwicklung einer Destination sicherzustellen.

Maßnahmen können umfassen:

- Biodiversität sichtbar machen & Projekte bewusst hervorheben
- Strategische Vorhaben identifizieren und unterstützen

KPI: Index der biologischen Vielfalt oder Biodiversitätsindex

Berechnungsformel: Der Biodiversitätsindex ist ein Maß für die Vielfalt und die Anzahl der Arten sowie die Gesundheit der Ökosysteme in einer Destination. Er kann auf verschiedene Weisen berechnet werden, je nach den verfügbaren Daten und den spezifischen Zielen der Nachhaltigkeitsentwicklung.

Ein möglicher Ansatz für die Berechnung des Biodiversitätsindex könnte sein:

1. **Erfassung von Arten:** Die Destination sammelt Daten über die Anzahl und Vielfalt der Pflanzen-, Tier- und Mikroorganismenarten, die in der Region vorkommen. Dazu

- könnten Erhebungen von Biologen, Naturschutzorganisationen oder Einheimischen sowie Nutzung von bestehenden Datenquellen gehören.
2. Bewertung des Zustands der Lebensräume: Die Qualität und Gesundheit der Lebensräume, wie Wälder, Feuchtgebiete oder Korallenriffe, werden bewertet. Hierbei werden Faktoren wie Zerstörung, Fragmentierung oder Verschmutzung der Lebensräume berücksichtigt.
 3. Zusammenführung der Daten: Die erhobenen Daten über die Artenvielfalt und den Zustand der Lebensräume werden kombiniert, um einen umfassenden Biodiversitätsindex zu erstellen.
 4. Interpretation und Vergleich: Der Biodiversitätsindex wird interpretiert und kann mit früheren Jahren oder anderen Regionen verglichen werden, um Fortschritte bei der Erhaltung oder den Schutzmaßnahmen zu bewerten.

Ein hoher Wert des Biodiversitätsindex deutet darauf hin, dass die Destination eine vielfältige und gesunde Tier- und Pflanzenwelt sowie intakte Lebensräume aufweist. Dies signalisiert eine effektive Umsetzung von Schutz- und Erhaltungsmaßnahmen für die Biodiversität. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass die Biodiversität in der Destination gefährdet ist und verstärkte Maßnahmen zum Schutz und zur Wiederherstellung der Artenvielfalt erforderlich sind.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Berechnung des Biodiversitätsindex komplex sein kann und die Daten möglicherweise nicht immer vollständig verfügbar sind. In solchen Fällen kann es sinnvoll sein, bestimmte Indikatoren der Biodiversität getrennt zu betrachten, z. B. die Anzahl gefährdeter Arten, den Zustand von Schutzgebieten oder die Fläche erhaltener Ökosysteme. Die Auswahl der Indikatoren sollte in Abstimmung mit Expert:innen und unter Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten und Ziele der Destination erfolgen.

Mensch & Gesellschaft

S1: Lokale Beschäftigung

Die lokale Beschäftigung in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Wirtschaftliche Entwicklung: Die Förderung lokaler Beschäftigung schafft Arbeitsplätze und trägt zur wirtschaftlichen Entwicklung der Destination bei. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen werden Einkommen generiert, die wiederum in der lokalen Wirtschaft ausgegeben werden. Dies führt zu einem positiven Wachstumseffekt, da das Geld in der Destination bleibt und zur Stärkung der regionalen Wirtschaft beiträgt.
2. Armutsbekämpfung: Die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Verbesserung der Beschäftigungsmöglichkeiten tragen zur Armutsbekämpfung bei. Lokale Beschäftigung bietet den Einwohnern der Destination die Möglichkeit, ein stabiles Einkommen zu erzielen und ihre Lebensbedingungen zu verbessern.
3. Soziale Stabilität: Eine hohe Arbeitslosigkeit oder unzureichende Beschäftigungsmöglichkeiten können soziale Unruhen und Spannungen in einer Destination verursachen. Durch die Förderung lokaler Beschäftigung kann die soziale Stabilität gefördert werden, da Menschen eine Perspektive und Teilhabe am wirtschaftlichen und sozialen Leben haben.
4. Erhalt der Kultur und Traditionen: Lokale Beschäftigungsmöglichkeiten bieten der einheimischen Bevölkerung die Möglichkeit, ihre kulturellen Traditionen und Handwerkskunst zu bewahren und weiterzugeben. Indem traditionelle Berufe und Fertigkeiten gefördert werden, wird das kulturelle Erbe der Destination bewahrt.

5. Reduzierung von Abwanderung: Wenn es ausreichend lokale Beschäftigungsmöglichkeiten gibt, reduziert sich die Notwendigkeit für Einheimische, in andere Regionen oder Länder abzuwandern, um Arbeit zu finden. Dies trägt dazu bei, einen Brain-Drain zu verhindern und Talentressourcen vor Ort zu halten.
6. Stakeholder-Engagement: Die Förderung lokaler Beschäftigung fördert das Engagement der lokalen Gemeinschaft und stärkt die Bindung zwischen den Einwohner:innen und der Destination. Einheimische sehen sich als Teil des Tourismussektors und tragen aktiv zur nachhaltigen Entwicklung der Destination bei.

Zusammenfassend ist die lokale Beschäftigung ein entscheidender Faktor für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Sie fördert die wirtschaftliche Entwicklung, unterstützt die Armutsbekämpfung, stärkt die soziale Stabilität, bewahrt die Kultur und Traditionen, reduziert die Abwanderung und fördert das Engagement der lokalen Gemeinschaft. Eine nachhaltige Beschäftigungspolitik ist somit unverzichtbar, um eine langfristig verantwortungsbewusste Entwicklung und Wohlstand der Destination zu gewährleisten.

Maßnahmen können umfassen:

- Messung des Anteils der lokalen Beschäftigung
- Identifikation von Maßnahmen zur Steigerung der lokalen Beschäftigung

KPI: Lokale Arbeitsplatzquote

Berechnungsformel: (Anzahl der lokal beschäftigten Personen / Gesamtzahl der Beschäftigten in der Destination) * 100

Ein hoher Wert dieses KPIs zeigt an, dass ein großer Anteil der Beschäftigten in der Destination aus der lokalen Bevölkerung rekrutiert wird. Dies ist ein positives Zeichen für die wirtschaftliche Einbindung der einheimischen Bevölkerung in den Tourismussektor und andere Wirtschaftsbereiche der Destination. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass es in der Destination eine geringe Beteiligung der lokalen Bevölkerung an der Beschäftigung gibt, was auf mögliche Herausforderungen oder Barrieren bei der Integration der einheimischen Arbeitskräfte in den Arbeitsmarkt hindeuten kann.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nicht isoliert betrachtet werden sollte, sondern in Verbindung mit anderen relevanten KPIs zur Beschäftigung und Nachhaltigkeit. Dazu könnten beispielsweise weitere KPIs zur Qualität der Arbeitsplätze (Löhne, Arbeitsbedingungen, soziale Absicherung), zur Förderung von Aus- und Weiterbildung für die lokale Bevölkerung oder zur Verteilung der Beschäftigung in verschiedenen Wirtschaftszweigen gehören.

S2: Faire Entlohnung & Beschäftigung

Faire Entlohnung und Beschäftigung in einer Destination sind für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Soziale Gerechtigkeit und Armutsbekämpfung: Faire Entlohnung und Beschäftigungsmöglichkeiten tragen zur sozialen Gerechtigkeit bei, indem sie den

- Einwohnern der Destination ein angemessenes Einkommen ermöglichen. Dadurch wird Armut reduziert und die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung verbessert.
2. Verbesserte Lebensqualität: Faire Entlohnung ermöglicht es den Beschäftigten, ihre Grundbedürfnisse zu befriedigen und ein angemessenes Leben zu führen. Dies führt zu einer besseren Lebensqualität und fördert das Wohlbefinden der Arbeitnehmer:innen und ihrer Familien.
 3. Mitarbeiter:innen-Motivation und Produktivität: Faire Entlohnung und Beschäftigung schaffen ein positives Arbeitsumfeld und fördern die Mitarbeiter:innen-Motivation. Zufriedene Mitarbeiter:innen sind in der Regel produktiver und tragen somit zum Erfolg der Unternehmen und Organisationen in der Destination bei.
 4. Fachkräftebindung: Eine faire Entlohnung und gute Beschäftigungsbedingungen erhöhen die Attraktivität der Destination als Arbeitsort und tragen dazu bei, qualifizierte Fachkräfte anzuziehen und langfristig zu binden. Dies ist besonders wichtig, um hochqualifizierte Arbeitskräfte in der Destination zu halten und ein stabiles Wirtschaftswachstum zu gewährleisten.
 5. Positive Auswirkungen auf den Tourismus: Faire Entlohnung und Beschäftigung haben auch positive Auswirkungen auf den Tourismussektor. Zufriedene Mitarbeiter:innen sind oft bessere Gastgeber und bieten den Tourist:innen einen qualitativ hochwertigen Service. Dies kann zu einer positiven Mundpropaganda und zur Stärkung des Reiseziels führen.
 6. Nachhaltige Unternehmensführung: Faire Entlohnung und Beschäftigung sind wichtige Elemente einer nachhaltigen Unternehmensführung. Unternehmen und Organisationen, die fair mit ihren Mitarbeiter:innen umgehen, zeigen soziale Verantwortung und tragen zur langfristigen Stabilität und Reputation der Destination bei.
 7. Image und Glaubwürdigkeit: Eine Destination, die für faire Entlohnung und Beschäftigung bekannt ist, gewinnt an Glaubwürdigkeit als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel. Ein positives Image in Bezug auf soziale Nachhaltigkeit kann das Vertrauen von Reisenden stärken und die Tourismusbranche der Destination unterstützen.

Zusammenfassend fördern faire Entlohnung und Beschäftigung die soziale Gerechtigkeit, verbessern die Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung, steigern die Mitarbeitermotivation und Produktivität, binden Fachkräfte und tragen zur positiven Entwicklung des Tourismussektors bei. Sie sind wichtige Bestandteile einer ganzheitlichen nachhaltigen Entwicklung einer Destination und sollten daher bei der strategischen Planung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen berücksichtigt werden.

Maßnahmen können umfassen:

- Sichtbarkeit für das Thema schaffen
- Diskussion von Maßnahmen

KPI: Durchschnittlicher Lohn im Tourismussektor im Vergleich zum nationalen Durchschnittslohn

Berechnungsformel: $(\text{Durchschnittlicher Lohn im Tourismussektor} / \text{Nationaler Durchschnittslohn}) * 100$

Ein Wert über 100 % zeigt an, dass der durchschnittliche Lohn im Tourismussektor der Destination über dem nationalen Durchschnittslohn liegt. Dies deutet darauf hin, dass die

Beschäftigten im Tourismussektor angemessen entlohnt werden und ihre Einkommen über dem nationalen Durchschnitt liegen. Ein Wert unter 100 % hingegen könnte darauf hinweisen, dass die Entlohnung im Tourismussektor der Destination unter dem nationalen Durchschnittslohn liegt und Verbesserungen bei der Bezahlung erforderlich sind, um faire Beschäftigung zu gewährleisten.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI nicht alle Aspekte der fairen Entlohnung und Beschäftigung abdeckt. Weitere relevante Faktoren könnten die Berücksichtigung von Sozialleistungen, die Gleichstellung von Löhnen zwischen verschiedenen Geschlechtern und Ethnien, die Einhaltung von Arbeitszeiten und -bedingungen sowie die Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung und Schulung sein.

S3: Inklusion & Diversität

Inklusion und Diversität spielen eine zentrale Rolle für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination aus mehreren wichtigen Gründen:

1. Soziale Gerechtigkeit und Chancengleichheit: Inklusion und Diversität fördern soziale Gerechtigkeit und Chancengleichheit in einer Destination. Indem Menschen aller sozialen Schichten, Ethnien, Geschlechter, Altersgruppen und kulturellen Hintergründe gleichberechtigt am wirtschaftlichen und sozialen Leben teilhaben können, werden Benachteiligungen und Diskriminierungen reduziert.
2. Stärkung der lokalen Gemeinschaft: Inklusion und Diversität fördern das Gemeinschaftsgefühl und den Zusammenhalt innerhalb der Destination. Wenn sich alle Einwohner:innen in der Gemeinschaft respektiert und anerkannt fühlen, entsteht ein positiver sozialer Zusammenhalt, der sich in einem harmonischen sozialen Umfeld widerspiegelt.
3. Positives Image und Anziehungskraft: Eine Destination, die sich für Inklusion und Diversität einsetzt, kann ein positives Image als weltoffenes und tolerantes Reiseziel aufbauen. Dies zieht Reisende an, die Vielfalt schätzen und sich von einer inklusiven Kultur angezogen fühlen.
4. Förderung des Tourismussektors: Inklusion und Diversität können den Tourismussektor bereichern und neue Zielgruppen erschließen. Wenn sich Gäste in der Destination willkommen und repräsentiert fühlen, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass sie wiederkommen oder positive Empfehlungen aussprechen.
5. Kulturelles Erbe und Authentizität: Inklusion und Diversität ermöglichen es, das kulturelle Erbe und die Authentizität einer Destination besser zum Ausdruck zu bringen. Die Vielfalt der Kulturen, Traditionen und Sprachen macht die Destination einzigartig und bietet den Besucher:innen ein bereicherndes und authentisches Reiseerlebnis.
6. Innovationskraft und Kreativität: Eine diverse und inklusive Gemeinschaft fördert die Innovationskraft und Kreativität. Menschen mit unterschiedlichen Erfahrungen und Hintergründen bringen vielfältige Perspektiven ein, die zu neuen Ideen und Lösungsansätzen führen können.
7. Zukunftsfähigkeit: Eine inklusive und diverse Destination ist besser gerüstet, um den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen. Sie kann flexibler auf Veränderungen reagieren und sich an neue Entwicklungen anpassen.

Zusammenfassend sind Inklusion und Diversität wesentliche Bestandteile einer strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Sie fördern soziale Gerechtigkeit, stärken das Gemeinschaftsgefühl, verbessern das Image und die Attraktivität der Destination, bereichern den Tourismussektor, erhalten das kulturelle Erbe, fördern Innovation und stärken die Zukunftsfähigkeit. Eine inklusive und diverse Destination schafft ein nachhaltiges Umfeld für Bewohner und Besucher gleichermaßen und trägt somit zur langfristigen, verantwortungsbewussten Entwicklung bei.

Maßnahmen können umfassen:

- Sichtbarkeit für das Thema schaffen
- Diskussion von Maßnahmen

KPI: Diversity and Inclusion Index

Berechnungsformel: Die Berechnung des Diversity and Inclusion Index kann mehrere Indikatoren umfassen, die die Vielfalt und Inklusion in der Destination widerspiegeln. Diese könnten sein:

1. Ethnische und kulturelle Vielfalt: Der Anteil der Bevölkerung mit unterschiedlichen ethnischen und kulturellen Hintergründen.
2. Geschlechtergleichstellung: Die Gleichstellung verschiedener Geschlechter in Bezug auf Bildung, Beschäftigung, Einkommen und Beteiligung am öffentlichen Leben.
3. Barrierefreiheit: Die Verfügbarkeit und Zugänglichkeit von Einrichtungen und Dienstleistungen für Menschen mit Behinderungen.
4. Kulturelles Erbe: Der Schutz und die Förderung des kulturellen Erbes verschiedener Gemeinschaften und ethnischer Gruppen.
5. Soziale Integration: Die Integration von Migrant:innen, Flüchtlingen und sozial benachteiligten Gruppen in die Gemeinschaft.

Die einzelnen Indikatoren können gewichtet und zu einem Gesamtindex kombiniert werden. Dieser Diversity and Inclusion Index ermöglicht es, die Fortschritte in Bezug auf Inklusion und Diversität in der Destination zu verfolgen und über die Zeit zu bewerten. Ein hoher Wert des Diversity and Inclusion Index deutet darauf hin, dass die Destination sich für Inklusion und Diversität einsetzt und eine vielfältige und integrative Gemeinschaft fördert. Dies zeigt ein positives Engagement für soziale Nachhaltigkeit und Vielfalt. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass es noch Herausforderungen gibt, um die Inklusion und Diversität in der Destination zu stärken und gegebenenfalls Maßnahmen zur Verbesserung einzuleiten.

Es ist wichtig zu beachten, dass der Diversity and Inclusion Index kontinuierlich überwacht und regelmäßig aktualisiert werden sollte, um die Wirksamkeit der Maßnahmen zur Förderung von Inklusion und Diversität zu evaluieren und Anpassungen vorzunehmen, um eine langfristige nachhaltige Entwicklung und eine inklusive Gemeinschaft zu gewährleisten.

S4: Beitrag zur Gesellschaft in der Destination

Der Beitrag zur Gesellschaft in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren wichtigen Gründen:

1. Soziale Verantwortung: Eine Destination, die einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leistet, übernimmt soziale Verantwortung und zeigt damit ihr Engagement für das Wohlergehen und die Entwicklung der lokalen Bevölkerung. Dies schafft ein positives Image und Vertrauen bei den Einwohner:innen und fördert ein harmonisches Zusammenleben von Besucher:innen und der lokalen Gemeinschaft.

2. Soziale Stabilität: Ein positiver Beitrag zur Gesellschaft trägt zur sozialen Stabilität bei, indem Spannungen und Konflikte reduziert werden. Wenn die Destination die Bedürfnisse und Interessen der einheimischen Bevölkerung berücksichtigt und respektiert, entsteht ein positiver sozialer Zusammenhalt und ein friedliches Umfeld.
3. Langfristige Akzeptanz des Tourismus: Eine nachhaltige Destination, die einen Beitrag zur Gesellschaft leistet, wird von den Einheimischen eher akzeptiert und unterstützt. Dies schafft eine solide Grundlage für den Tourismussektor und reduziert mögliche Konflikte zwischen Gästen und der lokalen Bevölkerung.
4. Erhalt des kulturellen Erbes: Indem die Destination in die Erhaltung und Förderung des kulturellen Erbes investiert und die Kultur der lokalen Gemeinschaft respektiert, trägt sie dazu bei, die kulturelle Identität zu bewahren und den Einfluss des Tourismus auf die kulturelle Authentizität zu minimieren.
5. Stärkung der lokalen Wirtschaft: Ein Beitrag zur Gesellschaft kann durch die Förderung der lokalen Wirtschaft erfolgen, z. B. durch die Unterstützung von Kleinunternehmen und lokalen Produzent:innen. Dadurch wird die Wertschöpfung in der Destination gesteigert und die lokale Wirtschaft gestärkt.
6. Fachkräfteentwicklung und -bindung: Eine Destination, die in die Bildung und berufliche Entwicklung der einheimischen Bevölkerung investiert, zieht qualifizierte Arbeitskräfte an und fördert die Bindung von Fachkräften an die Region.
7. Positive Tourismuserfahrung: Wenn Gäste sehen, dass ihre Ausgaben und Aktivitäten in der Destination einen Beitrag zur Gesellschaft leisten, fühlen sie sich eher mit dem Ort verbunden und haben eine positivere Wahrnehmung der Destination.

Zusammenfassend zeigt der Beitrag zur Gesellschaft das Engagement einer Destination für soziale Nachhaltigkeit und das Wohl der lokalen Bevölkerung. Es fördert soziale Stabilität, langfristige Akzeptanz des Tourismus, den Erhalt des kulturellen Erbes, die Stärkung der lokalen Wirtschaft und die Fachkräfteentwicklung. Ein ganzheitlicher Ansatz, der die Bedürfnisse und Interessen der einheimischen Bevölkerung berücksichtigt und sie aktiv in die nachhaltige Entwicklung der Destination einbindet, ist entscheidend für eine langfristige verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung.

Maßnahmen können umfassen:

- Identifikation und Umsetzung von entsprechenden Maßnahmen in z.B. den folgenden Bereichen:
 - Freiwillige Leistungen
 - Sponsoring
 - Säuberungen
 - Infrastrukturverbesserung

KPI: Sozialer Beitrag der Tourismusbranche zur lokalen Gemeinschaft

Berechnungsformel: (Gesamtbetrag der Investitionen und Spenden der Tourismusbranche an die lokale Gemeinschaft / Gesamtumsatz der Tourismusbranche in der Destination) * 100

Die Investitionen und Spenden können verschiedene Aspekte der sozialen Nachhaltigkeit umfassen, wie zum Beispiel Bildungsförderung, Gesundheitsfürsorge, soziale Projekte, kulturelle Erhaltung oder Unterstützung von Kleinunternehmen.

Ein hoher Wert des KPIs deutet darauf hin, dass die Tourismusbranche in der Destination einen bedeutenden Beitrag zur Gesellschaft leistet und sich für soziale Nachhaltigkeit und das Wohl der lokalen Gemeinschaft einsetzt. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hindeuten, dass es noch Verbesserungsbedarf gibt, um den sozialen Beitrag der Tourismusbranche zu steigern und die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung besser zu berücksichtigen.

Es ist wichtig zu beachten, dass der KPI allein nicht ausreicht, um die gesamte soziale Nachhaltigkeit der Destination zu bewerten. Weitere Indikatoren könnten die Mitarbeiterzufriedenheit, die Inklusion von benachteiligten Gruppen in den Arbeitsmarkt, die Verfügbarkeit von Bildungseinrichtungen und Gesundheitsdiensten oder die Stärkung der lokalen Kultur sein.

S5: Gästebeteiligung

Gästebeteiligung spielt eine wichtige Rolle für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination aus mehreren Gründen:

1. Einbeziehung der Perspektive der Gäste: Die Meinungen, Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste sind wertvolle Informationen für die Entwicklung nachhaltiger Strategien und Maßnahmen. Durch die Einbindung der Gäste in Entscheidungsprozesse können ihre Perspektiven und Anliegen besser verstanden und berücksichtigt werden.
2. Bedürfnisorientierte Angebote: Die Gästebeteiligung ermöglicht es, Angebote und Dienstleistungen in der Destination bedarfsgerecht zu gestalten. Indem die Wünsche und Präferenzen der Gäste berücksichtigt werden, können nachhaltige Angebote entwickelt werden, die die Kundenzufriedenheit steigern und zu wiederkehrenden Besucher:innen führen.
3. Bewusstseinsbildung und Bildung: Die Einbindung der Gäste in Nachhaltigkeitsthemen schafft Bewusstsein für Umwelt- und soziale Herausforderungen. Gäste können durch Bildungsmaßnahmen und Informationen über nachhaltige Praktiken zu Botschafter:innen für nachhaltiges Reisen und Handeln werden.
4. Förderung des Verantwortungsbewusstseins: Durch die Beteiligung der Gäste an nachhaltigen Aktivitäten und Projekten werden sie dazu ermutigt, sich aktiv für den Schutz und die Erhaltung der Destination einzusetzen. Dies fördert ein stärkeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt und die lokale Gemeinschaft.
5. Konfliktbewältigung: In einigen Fällen können unterschiedliche Interessen zwischen Gästen und Einheimischen oder verschiedenen Akteur:innen in der Destination auftreten. Gästebeteiligung ermöglicht es, Konflikte zu identifizieren und zu lösen, um eine harmonische Beziehung zwischen Besucher:innen und der lokalen Bevölkerung sicherzustellen.
6. Akzeptanz nachhaltiger Maßnahmen: Nachhaltige Maßnahmen, wie beispielsweise Umweltschutzinitiativen oder soziale Projekte, werden eher von den Gästen akzeptiert, wenn sie frühzeitig in Entscheidungen und Planungen einbezogen werden. Dies steigert die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Umsetzung solcher Maßnahmen.
7. Verbesserung der Reiseerfahrung: Gästebeteiligung kann dazu beitragen, die Reiseerfahrung für Besucher:innen zu verbessern, indem ihre Bedürfnisse und Erwartungen besser erfüllt werden. Zufriedene Gäste sind eher bereit, positive Bewertungen abzugeben und die Destination weiterzuempfehlen.

Zusammenfassend trägt die Gästebeteiligung zur strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination bei, indem sie die Perspektive der Gäste einbezieht, bedarfsgerechte Angebote schafft, Bewusstsein für Nachhaltigkeit fördert, das Verantwortungsbewusstsein stärkt, Konflikte löst und die Akzeptanz nachhaltiger Maßnahmen erhöht. Eine aktive

Einbindung der Gäste in nachhaltige Prozesse und Entscheidungen unterstützt eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung der Destination.

Maßnahmen können umfassen:

- Monetäre Beteiligungs- und Förderungsplattform für Gäste aufsetzen

KPI: Gästebeteiligung an nachhaltigen Aktivitäten

Berechnungsformel: (Anzahl der Gäste, die an nachhaltigen Aktivitäten teilgenommen haben / Gesamtzahl der Gäste in der Destination) * 100

Die Gästebeteiligung an nachhaltigen Aktivitäten ist ein Indikator dafür, wie aktiv sich die Besucher:innen für nachhaltige Praktiken und Projekte in der Destination interessieren und engagieren. Ein hoher Wert des KPIs deutet darauf hin, dass eine beträchtliche Anzahl von Gästen in nachhaltigen Aktivitäten involviert ist. Dies zeigt ein gesteigertes Interesse und Engagement der Besucher:innen für die Nachhaltigkeit der Destination. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hindeuten, dass es noch Herausforderungen gibt, um die Gästebeteiligung an nachhaltigen Aktivitäten zu erhöhen und das Bewusstsein der Gäste für nachhaltiges Reisen und Handeln zu stärken.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI allein nicht alle Aspekte der Gästebeteiligung abdeckt. Weitere Indikatoren könnten die Gästezufriedenheit in Bezug auf nachhaltige Angebote, die Anzahl der positiven Bewertungen und Empfehlungen, die Gäste für nachhaltige Aktivitäten abgeben, oder die Anzahl der Gäste, die an nachhaltigen Schulungen oder Informationsveranstaltungen teilgenommen haben, sein.

Innovation, Ethik, Richtlinien & Zertifikate

G1: Innovationskraft stärken

Die Stärkung der Innovationskraft in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Lösung komplexer Herausforderungen: Nachhaltige Entwicklung erfordert die Bewältigung komplexer ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Herausforderungen. Innovationen ermöglichen es, neue Lösungsansätze zu entwickeln, um diese Herausforderungen effizienter und effektiver anzugehen.
2. Effiziente Ressourcennutzung: Innovative Ansätze können dazu beitragen, Ressourcen in der Destination effizienter zu nutzen. Durch Technologien, Prozesse oder Ideen, die nachhaltiges Wirtschaften fördern, kann der ökologische Fußabdruck reduziert werden.
3. Wettbewerbsfähigkeit: Innovationen verbessern die Wettbewerbsfähigkeit der Destination am globalen Markt. Eine nachhaltige und innovative Destination zieht mehr Reisende an, die nach umweltbewussten und einzigartigen Reiseerlebnissen suchen.
4. Diversifizierung des Tourismusangebots: Innovationskraft ermöglicht es, das Tourismusangebot zu diversifizieren und neue Produkte und Dienstleistungen zu

entwickeln. Dies verringert die Abhängigkeit von einzelnen Attraktionen und schafft ein vielfältigeres Erlebnis für die Besucher.

5. Schaffung neuer Arbeitsplätze: Die Förderung von Innovationen kann zur Entstehung neuer Unternehmen und Start-ups führen, die innovative Produkte und Dienstleistungen in der Destination anbieten. Dadurch werden neue Arbeitsplätze geschaffen und die Wirtschaft gestärkt.
6. Langfristige Anpassungsfähigkeit: Innovationskraft ermöglicht es der Destination, sich an sich ändernde Umweltbedingungen und Marktgegebenheiten anzupassen. Dies trägt zur langfristigen Stabilität und Resilienz der Destination bei.
7. Förderung einer Kultur des Wandels: Die Stärkung der Innovationskraft fördert eine Kultur des Wandels und der Offenheit für neue Ideen und Ansätze. Dies unterstützt eine kontinuierliche Verbesserung und Fortentwicklung in Richtung Nachhaltigkeit.

Zusammenfassend trägt die Stärkung der Innovationskraft dazu bei, innovative Lösungen für komplexe Herausforderungen zu finden, Ressourcen effizienter zu nutzen, die Wettbewerbsfähigkeit der Destination zu steigern, das Tourismusangebot zu diversifizieren, neue Arbeitsplätze zu schaffen und die Anpassungsfähigkeit der Destination zu fördern. Innovation ist ein entscheidender Motor für eine langfristige, strategische Nachhaltigkeitsentwicklung, die es der Destination ermöglicht, ihre Umwelt-, sozialen und wirtschaftlichen Ziele zu erreichen und gleichzeitig ein attraktives Reiseziel für Besucher:innen zu bleiben.

Maßnahmen können umfassen:

- Open Innovation Plattform in der Destination schaffen
- Gemeinsame Projekte von destinationsweitem Interesse vorantreiben

KPI: Anzahl der nachhaltigen Innovationen in der Destination

Der KPI misst die Anzahl der nachhaltigen Innovationen, die in der Destination entwickelt und umgesetzt wurden. Diese Innovationen könnten verschiedene Bereiche umfassen, wie beispielsweise:

1. Nachhaltige Technologien: Die Anzahl der innovativen Technologien, die in der Destination eingeführt wurden, um Ressourcen zu sparen, Emissionen zu reduzieren oder die Effizienz von Prozessen zu steigern.
2. Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen: Die Anzahl der neuen nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen, die in der Destination entwickelt wurden, um die Nachfrage nach umweltbewussten und sozial verantwortlichen Angeboten zu erfüllen.
3. Soziale Innovationen: Die Anzahl der sozialen Innovationen, die in der Destination umgesetzt wurden, um die Integration benachteiligter Gruppen zu fördern, die lokale Gemeinschaft zu stärken oder soziale Herausforderungen anzugehen.
4. Kulturelle Innovationen: Die Anzahl der kulturellen Innovationen, die dazu beitragen, das kulturelle Erbe zu bewahren und authentische kulturelle Erlebnisse für Besucher:innen zu schaffen.

Die Anzahl der nachhaltigen Innovationen kann als Indikator dafür dienen, wie engagiert die Destination in Bezug auf innovative Lösungen für nachhaltige Entwicklung ist. Ein hoher Wert des KPIs deutet darauf hin, dass die Destination aktiv daran arbeitet, innovative Lösungen für Nachhaltigkeitsthemen zu entwickeln und umzusetzen.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI allein nicht alle Aspekte der Innovationskraft abdeckt. Weitere Indikatoren könnten die Wirkung der Innovationen auf die Nachhaltigkeitsziele der Destination, die Integration von innovativen Ansätzen in die Geschäftspraktiken der Unternehmen, die Beteiligung der lokalen Gemeinschaft an Innovationsprozessen oder die Bewertung der Innovationen durch Besucher:innen sein.

G2: Community-Plattform & -Management sowie Schulungen

Die Schaffung einer Community-Plattform mit Schulungsprogramm in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Partizipation und Einbindung: Eine Community-Plattform bietet eine Möglichkeit, die Einwohner, lokale Unternehmen, Organisationen und Interessengruppen aktiv in den nachhaltigen Entwicklungsprozess einzubeziehen. Durch die Plattform können sie Ideen austauschen, Vorschläge einbringen und an Entscheidungen teilhaben.
2. Bewusstseinsbildung und Bildung: Ein Schulungsprogramm auf der Plattform kann dazu beitragen, Bewusstsein für Nachhaltigkeitsthemen zu schaffen und das Verständnis für die Bedeutung nachhaltiger Praktiken zu fördern. Die Bildung der Gemeinschaft ist ein Schlüssel zur Förderung nachhaltigen Handelns.
3. Wissensaustausch: Die Plattform ermöglicht den Wissensaustausch zwischen verschiedenen Akteur:innen in der Destination. Best Practices, Erfahrungen und Informationen können geteilt werden, um voneinander zu lernen und gemeinsam Lösungen für Herausforderungen zu entwickeln.
4. Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen: Die Community-Plattform kann als Instrument dienen, um nachhaltige Projekte und Initiativen zu identifizieren, zu priorisieren und gemeinsam umzusetzen. Die Einbindung der Gemeinschaft in die Planung und Umsetzung erhöht die Erfolgchancen solcher Maßnahmen.
5. Förderung von Innovationen: Die Plattform kann als Innovationshub dienen, um neue Ideen und Lösungsansätze für nachhaltige Entwicklung zu generieren. Die Gemeinschaft kann gemeinsam innovative Konzepte entwickeln und unterstützen.
6. Stärkung des Gemeinschaftsgefühls: Eine Community-Plattform fördert das Gemeinschaftsgefühl und den Zusammenhalt in der Destination. Die Menschen fühlen sich eingebunden und engagiert, was die gemeinsame Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung stärkt.
7. Transparenz und Verantwortlichkeit: Eine öffentliche Plattform schafft Transparenz und ermöglicht die Nachverfolgung der Fortschritte bei nachhaltigen Maßnahmen. Die Verantwortlichen können zur Rechenschaft gezogen werden, und der Dialog mit der Gemeinschaft wird gefördert.

Zusammenfassend ermöglicht die Schaffung einer Community-Plattform mit Schulungsprogramm eine aktive Einbindung der Gemeinschaft in die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung. Sie fördert Bewusstseinsbildung, Wissensaustausch, Umsetzung von Maßnahmen, Innovationen und das Gemeinschaftsgefühl. Die Plattform dient als Instrument zur Förderung von nachhaltigem Handeln und zur Stärkung des Engagements der Gemeinschaft für eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung der Destination.

Maßnahmen können umfassen:

- Angebot an Offline- & Online- Serie an moderierten Netzwerkmöglichkeiten schaffen
- Schulungsprogramm zu priorisierten Themen aufsetzen und Schulungsgrad messen

KPI: Teilnahmequote an der Community-Plattform und Schulungsprogramm

Berechnungsformel: (Anzahl der registrierten Teilnehmer:innen auf der Community-Plattform / Gesamtzahl der Einwohner:innen in der Destination) * 100

Der KPI misst den Prozentsatz der Einwohner:innen der Destination, die sich auf der Community-Plattform registriert haben und am Schulungsprogramm teilnehmen. Die Community-Plattform kann eine Online-Plattform, eine mobile App oder eine lokale Informationsstelle sein, die der Einwohnergemeinschaft Zugang zu Informationen, Diskussionsforen und Schulungsmaterialien zu nachhaltigen Themen bietet. Die Teilnahmequote an der Community-Plattform und dem Schulungsprogramm ist ein Indikator dafür, wie gut die Destination die Einwohner:innen erreicht und sie in den Nachhaltigkeitsprozess einbezieht.

Ein hoher Wert des KPIs deutet darauf hin, dass eine beträchtliche Anzahl von Einwohner:innen aktiv an der Community-Plattform teilnimmt und das Schulungsprogramm nutzt. Dies zeigt ein gesteigertes Interesse und Engagement der Gemeinschaft für nachhaltige Entwicklungsmaßnahmen. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hindeuten, dass es noch Herausforderungen gibt, um die Einwohner stärker in den Nachhaltigkeitsprozess einzubinden und das Bewusstsein für die Community-Plattform und das Schulungsprogramm zu steigern.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI allein nicht alle Aspekte der Community-Plattform und des Schulungsprogramms abdeckt. Weitere Indikatoren könnten die Aktivität und Interaktion der Teilnehmer auf der Plattform, die Bewertung und Zufriedenheit der Teilnehmer mit dem Schulungsprogramm, die Umsetzung von nachhaltigen Projekten durch die Gemeinschaft oder das Feedback der Einwohner:innen zur Wirkung der Plattform auf die lokale Nachhaltigkeitsentwicklung sein.

G3: Messung der Gästezufriedenheit

Die Messung der Gästezufriedenheit in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Orientierung an den Bedürfnissen der Gäste: Die Zufriedenheit der Gäste ist ein wichtiger Indikator dafür, ob die Angebote und Dienstleistungen in der Destination den Erwartungen und Bedürfnissen der Besucher:innen entsprechen. Eine positive Gästezufriedenheit zeigt, dass die Destination erfolgreich auf die Bedürfnisse ihrer Gäste eingeht.
2. Langfristige Gästebindung: Zufriedene Gäste sind eher bereit, die Destination erneut zu besuchen und sie weiterzuempfehlen. Die langfristige Bindung trägt dazu bei, dass die Destination nachhaltigen Tourismus fördern kann und weniger von kurzfristigen Trends oder saisonalen Schwankungen abhängig ist.
3. Positive Imagebildung: Eine hohe Gästezufriedenheit führt zu einem positiven Image der Destination. Dies kann dazu beitragen, mehr Besucher:innen anzuziehen und das touristische Image der Destination zu stärken.
4. Schaffung von Vertrauen: Die Zufriedenheit der Gäste schafft Vertrauen in die Destination und ihre Angebote. Dies ist besonders wichtig in Bezug auf nachhaltigen Tourismus, da viele Reisende ein Bewusstsein für nachhaltige Praktiken haben und diese unterstützen möchten.

5. Indikator für nachhaltige Qualität: Die Gästezufriedenheit kann auch als Indikator für die Qualität der nachhaltigen Maßnahmen und Angebote dienen. Wenn nachhaltige Praktiken dazu beitragen, die Zufriedenheit der Gäste zu steigern, zeigt dies die Effektivität dieser Maßnahmen.
6. Frühzeitige Identifikation von Problemen: Die Messung der Gästezufriedenheit ermöglicht es, frühzeitig Probleme oder Mängel in der Destination zu identifizieren. Dies bietet die Möglichkeit, rechtzeitig Gegenmaßnahmen zu ergreifen und die Qualität der Angebote zu verbessern.
7. Gäste als Botschafter:innen: Zufriedene Gäste werden zu Botschafter:innen der Destination und teilen ihre positiven Erfahrungen mit anderen. Mundpropaganda kann einen erheblichen Einfluss auf die Bekanntheit und das Image der Destination haben.

Zusammenfassend ist die Messung der Gästezufriedenheit ein wertvolles Instrument für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung, da sie zeigt, wie gut die Destination auf die Bedürfnisse der Gäste eingeht und wie nachhaltige Maßnahmen die Zufriedenheit der Besucher:innen beeinflussen. Eine hohe Gästezufriedenheit fördert die langfristige Kund:innenbindung, das positive Image der Destination und das Vertrauen in nachhaltige Praktiken. Durch die kontinuierliche Überwachung der Gästezufriedenheit kann die Destination ihre Angebote und Dienstleistungen verbessern und gezielt nachhaltige Maßnahmen entwickeln, um eine langfristig erfolgreiche und nachhaltige Entwicklung zu unterstützen.

Maßnahmen können umfassen:

- Regelmäßige Messung und Ableitung von Schlüssen, Trends und Maßnahmen
- Diskussion und Bewertung im Rahmen der Community-Plattform

KPI: Gesamtzufriedenheit der Gäste

Berechnungsformel: $(\text{Anzahl der Gäste, die die Destination positiv bewertet haben} / \text{Gesamtzahl der befragten Gäste}) * 100$

Die Gesamtzufriedenheit der Gäste ist ein wichtiger Indikator dafür, wie zufriedenstellend das Reiseerlebnis in der Destination war und wie gut die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste erfüllt wurden. Ein hoher Wert des KPIs deutet darauf hin, dass eine hohe Anzahl von Gästen mit ihrem Aufenthalt in der Destination zufrieden war. Dies zeigt, dass die Destination erfolgreich ist, um die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste zu erfüllen. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hindeuten, dass es Verbesserungspotenzial gibt, um die Gästezufriedenheit zu steigern und das Reiseerlebnis für die Besucher zu verbessern.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI allein nicht alle Aspekte der Gästezufriedenheit abdeckt. Weitere Indikatoren könnten die Zufriedenheit in Bezug auf spezifische Aspekte des Aufenthalts (z. B. Unterkunft, Gastronomie, Freizeitaktivitäten), die Wiederbesuchsabsicht der Gäste oder die Anzahl der positiven Bewertungen und Empfehlungen sein.

G4: Messung der Tourismusakzeptanz

Die Messung der Tourismusakzeptanz in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. **Einschätzung der Zustimmung der lokalen Bevölkerung:** Die Tourismusakzeptanz misst die Zustimmung der lokalen Bevölkerung zur Tourismusentwicklung in einer Region. Eine hohe Tourismusakzeptanz zeigt, dass die einheimische Bevölkerung die positiven Auswirkungen des Tourismus anerkennt und die Entwicklung der Branche unterstützt.
2. **Vermeidung von Konflikten:** Die Messung der Tourismusakzeptanz hilft dabei, potenzielle Konflikte zwischen der Tourismusindustrie und der lokalen Bevölkerung frühzeitig zu erkennen. Durch ein besseres Verständnis der Bedenken und Anliegen der Einheimischen können gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um diese Bedenken anzugehen und die Konflikte zu minimieren.
3. **Legitimität und soziale Akzeptanz:** Eine hohe Tourismusakzeptanz stärkt die Legitimität der Tourismusindustrie in der Destination. Wenn die lokale Bevölkerung den Tourismus unterstützt und als positiven Beitrag zur Gemeinschaft wahrnimmt, wird die soziale Akzeptanz der Branche gestärkt.
4. **Nachhaltige Entwicklung:** Die Tourismusakzeptanz ist ein wichtiger Faktor für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. Eine breite Akzeptanz in der Bevölkerung erleichtert die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen und Initiativen, da diese von den Menschen vor Ort unterstützt werden.
5. **Erhaltung des kulturellen Erbes:** Eine hohe Tourismusakzeptanz kann dazu beitragen, dass die lokale Bevölkerung stolz auf ihre Kultur und ihr kulturelles Erbe ist. Dies kann den Erhalt und die Förderung der lokalen Kultur und Traditionen unterstützen.
6. **Langfristige Unterstützung:** Eine positive Tourismusakzeptanz fördert die langfristige Unterstützung der Tourismusindustrie durch die lokale Bevölkerung. Dies ist wichtig, da eine nachhaltige Entwicklung auf langfristiger Unterstützung und Zusammenarbeit beruht.
7. **Reputationsmanagement:** Die Tourismusakzeptanz beeinflusst das Reputationsmanagement der Destination. Wenn die lokale Bevölkerung den Tourismus positiv unterstützt, kann dies dazu beitragen, ein positives Image der Destination als nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Reiseziel aufzubauen.

Zusammenfassend trägt die Messung der Tourismusakzeptanz dazu bei, das Verhältnis zwischen der Tourismusindustrie und der lokalen Bevölkerung zu verstehen und zu stärken. Eine hohe Akzeptanz fördert eine nachhaltige Tourismusentwicklung, die Erhaltung des kulturellen Erbes und eine langfristige Zusammenarbeit für eine verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung der Destination. Es ist ein wichtiges Instrument, um die Interessen der verschiedenen Stakeholder in Einklang zu bringen und eine langfristig erfolgreiche und verantwortungsvolle Tourismusentwicklung zu unterstützen.

Maßnahmen können umfassen:

- Regelmäßige Messung und Ableitung von Schlüssen, Trends und Maßnahmen
- Diskussion und Bewertung im Rahmen der Community-Plattform

KPI: Tourismusakzeptanzrate

Berechnungsformel: (Anzahl der Befragten, die eine positive Einstellung zum Tourismus haben / Gesamtzahl der befragten Einheimischen) * 100

Die Tourismusakzeptanzrate ist ein Indikator dafür, wie gut die Tourismusindustrie in der Destination von der lokalen Bevölkerung unterstützt und akzeptiert wird. Ein hoher Wert des

KPIs deutet darauf hin, dass eine hohe Anzahl von Einheimischen eine positive Einstellung zum Tourismus hat. Dies zeigt, dass die Tourismusbranche in der Region allgemein akzeptiert und unterstützt wird. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hindeuten, dass es Herausforderungen gibt, um die Akzeptanz des Tourismus in der Bevölkerung zu erhöhen und mögliche Bedenken oder Konflikte zu adressieren.

Es ist wichtig zu beachten, dass dieser KPI allein nicht alle Aspekte der Tourismusakzeptanz abdeckt. Weitere Indikatoren könnten die Einstellung der Einheimischen zu spezifischen Aspekten des Tourismus (z. B. Umweltauswirkungen, soziale Auswirkungen, wirtschaftliche Vorteile), die Beteiligung der lokalen Bevölkerung an nachhaltigen Tourismusinitiativen oder die Wahrnehmung der Tourismusbranche als positiven Beitrag zur Gemeinschaft sein.

G5: Vermeidung von Overtourism

Die Vermeidung von Overtourism in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Schutz der natürlichen Umwelt: Overtourism führt häufig zu einer übermäßigen Belastung der natürlichen Ressourcen und Ökosysteme einer Destination. Durch die Begrenzung des touristischen Ansturms kann die Destination ihre natürliche Umwelt schützen und langfristig erhalten.
2. Erhaltung der kulturellen Identität: Overtourism kann zu einer Kommerzialisierung und Entfremdung der lokalen Kultur und Traditionen führen. Durch die Vermeidung von Overtourism kann die Destination ihre kulturelle Identität bewahren und authentische Erlebnisse für Besucher schaffen.
3. Förderung einer besseren Besucher:innenerfahrung: Eine übermäßige Anzahl von Tourist:innen kann zu überfüllten Sehenswürdigkeiten, langen Warteschlangen und einer schlechten Besucher:innenerfahrung führen. Durch die Vermeidung von Overtourism können Besucher:innen eine angenehmere und qualitativ hochwertigere Reiseerfahrung genießen.
4. Schutz der Lebensqualität der Einheimischen: Overtourism kann das Leben der einheimischen Bevölkerung beeinträchtigen, indem es zu Lärm, Verkehrsstaus und steigenden Lebenshaltungskosten führt. Eine nachhaltige Begrenzung der Besucherzahl trägt dazu bei, die Lebensqualität der Einheimischen zu erhalten.
5. Wirtschaftliche Stabilität: Overtourism kann zu einer starken Abhängigkeit der Destination von bestimmten Saisonen oder Veranstaltungen führen. Durch eine ausgewogene und nachhaltige Tourismusentwicklung wird die wirtschaftliche Stabilität der Destination gefördert.
6. Förderung von verantwortungsbewusstem Tourismus: Die Vermeidung von Overtourism fördert einen verantwortungsbewussten Tourismus, der die Bedürfnisse der Umwelt, der lokalen Gemeinschaften und der Besucher in Einklang bringt.
7. Langfristige Nachhaltigkeit: Eine nachhaltige Tourismusentwicklung ist langfristig tragfähig und respektiert die Grenzen der Umwelt und der lokalen Gemeinschaften. Die Vermeidung von Overtourism ist ein wesentlicher Bestandteil einer langfristigen, strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung.

Zusammenfassend ist die Vermeidung von Overtourism ein entscheidender Faktor für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Sie schützt die natürliche Umwelt, bewahrt die kulturelle Identität, verbessert die Besuchererfahrung, schützt die Lebensqualität der Einheimischen, fördert die wirtschaftliche Stabilität, unterstützt verantwortungsbewussten Tourismus und gewährleistet langfristige Nachhaltigkeit. Durch eine sorgfältige Planung und Steuerung des Tourismus kann die Destination ein ausgewogenes und nachhaltiges Wachstum fördern und gleichzeitig die Bedürfnisse aller Beteiligten berücksichtigen.

Maßnahmen können umfassen:

- Abgleich & Bewertung der Messungen zur Gästezufriedenheit und zur Tourismusgesinnung
- Identifikation von „Hot Spots“ und „Hot Topics“ (Kumulationspunkte und -themen)
- Maßnahmen zur Glättung der Saisonalität
- Ableitung von strategischen Maßnahmen

KPI: Tourismusbelastungsindex

Berechnungsformel: (Anzahl der Gäste pro Tag oder Saison / Tragfähige Kapazität der Destination) * 100

Der KPI misst das Verhältnis der tatsächlichen Anzahl der Besucher:innen in der Destination zur tragfähigen Kapazität der Destination. Die tragfähige Kapazität bezieht sich auf die maximale Anzahl von Besucher:innen, die die Destination ohne Beeinträchtigung der natürlichen Ressourcen, der kulturellen Identität und der Lebensqualität der Einheimischen verkraften kann. Um den Tourismusbelastungsindex zu berechnen, werden die täglichen oder saisonalen Gästezahlen mit der tragfähigen Kapazität in Bezug gesetzt und in Prozent umgewandelt.

Ein niedriger Wert des KPIs (z. B. weniger als 80 %) deutet darauf hin, dass die Anzahl der Besucher:innen die tragfähige Kapazität der Destination nicht übersteigt. Dies zeigt, dass die Destination in der Lage ist, den Tourismus in einer nachhaltigen und verantwortungsbewussten Weise zu bewältigen. Ein hoher Wert des KPIs (z. B. über 100 %) hingegen signalisiert, dass die Anzahl der Besucher:innen die tragfähige Kapazität der Destination überschreitet und Overtourism ein Problem darstellen könnte. In diesem Fall ist eine Anpassung der Tourismusstrategie und -planung erforderlich, um die Belastung zu reduzieren und nachhaltiges Wachstum zu fördern.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Berechnung des Tourismusbelastungsindex von einer gründlichen Analyse der tragfähigen Kapazität und der Besucher:innenzahlen abhängt. Die tragfähige Kapazität kann je nach Destination, Standort und Zeitraum variieren und erfordert eine sorgfältige Bewertung der ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen des Tourismus. Zusätzlich zum Tourismusbelastungsindex könnten weitere KPIs verwendet werden, um die Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt, die lokale Gemeinschaft und die Wirtschaft zu messen. Dazu gehören Indikatoren wie die Umweltleistung der Destination, die Zufriedenheit der Einheimischen mit dem Tourismus, die Diversifizierung der Wirtschaft und die Umsetzung von Maßnahmen zur Vermeidung von Overtourism. Die Kombination verschiedener KPIs ermöglicht eine umfassende Bewertung und Steuerung des Tourismus, um eine langfristige, nachhaltige und verantwortungsvolle Entwicklung der Destination zu unterstützen.

G6: Richtlinien etablieren

Die Etablierung von Richtlinien in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Klarheit und Orientierung: Richtlinien bieten klare Leitlinien und Vorgaben für nachhaltige Praktiken und Entwicklungsmaßnahmen in der Destination. Sie dienen als Orientierung für alle Beteiligten, einschließlich Regierungsbehörden, Unternehmen, Gemeinden und Stakeholdern, und legen fest, welche Ziele und Standards in Bezug auf Nachhaltigkeit verfolgt werden sollen.
2. Förderung der Konsistenz: Richtlinien sorgen dafür, dass nachhaltige Praktiken und Entwicklungsmaßnahmen in der gesamten Destination konsistent umgesetzt werden. Dies verhindert Inkonsistenzen und Widersprüche, die zu ineffizienten und widersprüchlichen Ansätzen führen könnten.
3. Schutz natürlicher Ressourcen: Richtlinien können dazu beitragen, natürliche Ressourcen zu schützen, indem sie klare Vorgaben für umweltfreundliches Verhalten und den Schutz von Ökosystemen und Biodiversität setzen.
4. Förderung sozialer Gerechtigkeit: Richtlinien können auch soziale Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen und dazu beitragen, soziale Gerechtigkeit und Inklusion zu fördern. Sie können beispielsweise Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen, der fairen Entlohnung und der Beteiligung der lokalen Gemeinschaft vorschreiben.
5. Förderung wirtschaftlicher Nachhaltigkeit: Nachhaltige Richtlinien können auch wirtschaftliche Aspekte adressieren und dazu beitragen, dass die Wirtschaft in der Destination langfristig stabil und diversifiziert ist.
6. Steuerung von Entwicklungsprozessen: Richtlinien ermöglichen eine gezielte Steuerung von Entwicklungsprozessen in der Destination. Sie können Prioritäten setzen und sicherstellen, dass nachhaltige Entwicklungsvorhaben vorangetrieben werden.
7. Rechenschaftspflicht und Überwachung: Richtlinien dienen als Grundlage für die Rechenschaftspflicht gegenüber der Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen. Sie ermöglichen die Überwachung und Bewertung der Fortschritte in Bezug auf die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung der Destination.

Zusammenfassend schaffen die Etablierung von Richtlinien in einer Destination klare Vorgaben und Maßnahmen für eine nachhaltige Entwicklung. Sie fördern Konsistenz, Schutz der natürlichen Ressourcen, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Die Richtlinien ermöglichen eine gezielte Steuerung von Entwicklungsprozessen und dienen als Grundlage für die Rechenschaftspflicht und Überwachung der Fortschritte in Bezug auf die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung. Durch die Umsetzung von Richtlinien kann die Destination ihre nachhaltigen Entwicklungsziele effektiv verfolgen und eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung fördern.

Maßnahmen können umfassen:

- Richtlinien etablieren und sichtbar machen (physisch & online) zu:
 - Umweltschutz & Klima
 - Ethik („Code of Conduct“)
 - Faktor Mensch
 - Nachhaltige Beschaffung

KPI: Umsetzungsrate nachhaltiger Richtlinien

Berechnungsformel: (Anzahl der umgesetzten nachhaltigen Richtlinien / Gesamtzahl der festgelegten nachhaltigen Richtlinien) * 100

Der KPI misst den Prozentsatz der nachhaltigen Richtlinien, die in der Destination tatsächlich umgesetzt wurden. Die festgelegten nachhaltigen Richtlinien sind die Leitlinien, Ziele und Maßnahmen, die von den zuständigen Behörden, Organisationen oder Gemeinden zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung in der Destination beschlossen wurden. Um den KPI zu berechnen, werden die tatsächlich umgesetzten nachhaltigen Richtlinien durch die Gesamtzahl der festgelegten Richtlinien in Bezug gesetzt und in Prozent umgewandelt.

Ein hoher Wert des KPIs (z. B. über 80 %) deutet darauf hin, dass die meisten der festgelegten nachhaltigen Richtlinien erfolgreich umgesetzt wurden. Dies zeigt eine effektive Umsetzung der nachhaltigen Strategien und Maßnahmen in der Destination. Ein niedriger Wert hingegen (z. B. unter 50 %) könnte darauf hindeuten, dass es noch Herausforderungen gibt, die nachhaltigen Richtlinien in der Praxis umzusetzen. In diesem Fall können weitere Anstrengungen erforderlich sein, um die Umsetzung zu verbessern und sicherzustellen, dass die nachhaltigen Ziele tatsächlich erreicht werden.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Umsetzung von nachhaltigen Richtlinien von verschiedenen Faktoren beeinflusst werden kann, einschließlich politischer Unterstützung, finanzieller Ressourcen, Akzeptanz in der lokalen Bevölkerung und Engagement der beteiligten Stakeholder.

G7: Umstieg auf nachhaltige Beschaffung unterstützen

Der Umstieg auf nachhaltige Beschaffung in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren Gründen:

1. Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks: Nachhaltige Beschaffung bedeutet, dass Produkte und Dienstleistungen mit geringeren ökologischen Auswirkungen bevorzugt werden. Durch den Einsatz umweltfreundlicher Produkte und den Verzicht auf umweltschädliche Materialien kann die Destination ihren ökologischen Fußabdruck reduzieren und zur Erhaltung der natürlichen Ressourcen beitragen.
2. Förderung der Kreislaufwirtschaft: Nachhaltige Beschaffung beinhaltet auch die Nutzung von wiederverwertbaren, recycelten oder ressourcenschonenden Produkten. Dies trägt zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft bei, in der Abfälle minimiert und Ressourcen effizient genutzt werden.
3. Soziale Verantwortung: Nachhaltige Beschaffung berücksichtigt auch soziale Aspekte wie faire Arbeitsbedingungen, menschenwürdige Arbeit und respektvolle Behandlung der Mitarbeiter:innen entlang der Lieferkette. Durch die Unterstützung von Lieferant:innen, die soziale Verantwortung übernehmen, kann die Destination einen positiven Beitrag zur sozialen Gerechtigkeit leisten.
4. Image und Wettbewerbsvorteil: Eine konsequente Umstellung auf nachhaltige Beschaffung kann das Image der Destination als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel stärken. Dies kann dazu beitragen, umweltbewusste und ethisch orientierte Reisende anzuziehen, die zunehmend auf nachhaltige Angebote achten.
5. Partnerschaft mit nachhaltigen Lieferanten: Durch den Umstieg auf nachhaltige Beschaffung kann die Destination eine enge Partnerschaft mit Lieferanten aufbauen, die ähnliche Werte teilen. Gemeinsam können sie nachhaltige Lösungen entwickeln und innovative Produkte und Dienstleistungen fördern.
6. Kostenersparnis: Nachhaltige Beschaffung kann langfristig auch zu Kostenersparnissen führen, da effizientere Ressourcennutzung und Abfallminimierung zu geringeren Ausgaben führen können.
7. Beitrag zum globalen Klimaschutz: Nachhaltige Beschaffung trägt dazu bei, die negativen Auswirkungen des Tourismus auf den Klimawandel zu verringern, indem sie auf klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen setzt.

Zusammenfassend ist der Umstieg auf nachhaltige Beschaffung ein wichtiger Schritt für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Es reduziert den ökologischen Fußabdruck, fördert die Kreislaufwirtschaft, unterstützt soziale Verantwortung, stärkt das Image und den Wettbewerbsvorteil der Destination, fördert Partnerschaften mit nachhaltigen Lieferanten, ermöglicht Kostenersparnisse und leistet einen Beitrag zum globalen Klimaschutz. Durch eine nachhaltige Beschaffung kann die Destination ihre Ziele in Bezug auf Nachhaltigkeit und Verantwortung erreichen und eine langfristig erfolgreiche und nachhaltige Entwicklung fördern.

Maßnahmen können umfassen:

- Erstellung eines Qualifikationssystems um als nachhaltige:r Lieferant:in/Dienstleister:in eingestuft zu werden
- Erstellung einer laufend aktualisierten Liste so nachhaltig zertifizierter Betriebe & Dienstleister:innen in der Destination bzw. im angrenzenden Umfeld zur Destination
- Abgleich der Liste mit priorisierten Themen zur Dekarbonisierung
- Messung der Anzahl /Anteils so zertifizierter Betriebe

KPI: Anteil der nachhaltigen Beschaffung am Gesamtbeschaffungsvolumen

Berechnungsformel: $(\text{Wert der nachhaltig beschafften Produkte und Dienstleistungen} / \text{Gesamtwert der Beschaffung}) * 100$

Der KPI misst den Prozentsatz des Gesamtbeschaffungsvolumens, der aus nachhaltig beschafften Produkten und Dienstleistungen besteht. Dabei werden alle Produkte und Dienstleistungen berücksichtigt, die nach bestimmten Nachhaltigkeitskriterien ausgewählt und eingekauft wurden. Um den KPI zu berechnen, wird der Wert der nachhaltig beschafften Produkte und Dienstleistungen durch den Gesamtwert der Beschaffung in Bezug gesetzt und in Prozent umgewandelt.

Ein hoher Wert des KPIs (z. B. über 50 %) deutet darauf hin, dass ein signifikanter Anteil des Beschaffungsvolumens aus nachhaltigen Quellen stammt. Dies zeigt, dass die Destination aktiv daran arbeitet, ihre Beschaffung nachhaltig zu gestalten und nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu bevorzugen. Ein niedriger Wert hingegen (z. B. unter 20 %) könnte darauf hindeuten, dass der Umstieg auf nachhaltige Beschaffung noch nicht ausreichend fortgeschritten ist. In diesem Fall könnten weitere Anstrengungen erforderlich sein, um den Anteil nachhaltiger Beschaffung zu erhöhen und die Ziele in Bezug auf Nachhaltigkeit zu erreichen.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Definition von "nachhaltiger Beschaffung" von Destination zu Destination variieren kann und von den spezifischen Nachhaltigkeitszielen und -kriterien abhängt, die in der strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung festgelegt wurden. Die Daten zur Berechnung dieses KPIs sollten aus zuverlässigen Quellen stammen, und die Bewertung der Nachhaltigkeitskriterien sollte transparent und objektiv erfolgen. Zusätzlich zum KPI für den Anteil der nachhaltigen Beschaffung am Gesamtbeschaffungsvolumen könnten weitere KPIs verwendet werden, um die Auswirkungen der nachhaltigen Beschaffung auf die Umwelt, die soziale Verantwortung und die wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu messen. Dazu gehören Indikatoren wie die Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks durch nachhaltige Beschaffung, die

Förderung von fairer und ethischer Lieferketten oder die Bewertung der Zufriedenheit und Akzeptanz der nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen durch die Gäste.

G8: Nachhaltigkeitszertifizierungen

Nachhaltigkeitszertifizierungen spielen eine entscheidende Rolle für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination aus mehreren wichtigen Gründen:

1. **Glaubwürdigkeit und Transparenz:** Nachhaltigkeitszertifizierungen bieten eine objektive und glaubwürdige Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung einer Destination. Sie werden in der Regel von unabhängigen Organisationen oder Expert:innen vergeben, die klare Kriterien und Bewertungsmethoden verwenden. Dadurch schaffen Zertifizierungen Vertrauen und Transparenz bei den Reisenden und anderen Interessengruppen.
2. **Orientierung für Reisende:** Nachhaltigkeitszertifizierungen helfen den Reisenden dabei, nachhaltige Reiseziele, Unterkünfte und Unternehmen zu identifizieren. Zertifizierte Destinationen signalisieren, dass sie sich aktiv für nachhaltigen Tourismus einsetzen und glaubwürdige Maßnahmen zur Förderung von Umweltschutz, sozialer Verantwortung und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit umsetzen.
3. **Ansporn für die Destination:** Die Aussicht auf eine Nachhaltigkeitszertifizierung kann die Destination dazu motivieren, gezielt nachhaltige Maßnahmen zu ergreifen und ihre Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern. Es wird ein Anreiz geschaffen, Best Practices zu implementieren und eine positive Wirkung auf die Umwelt und die lokale Gemeinschaft zu erzielen.
4. **Einhaltung von Standards:** Zertifizierungen basieren oft auf anerkannten internationalen Standards und Leitlinien für nachhaltigen Tourismus. Durch die Verfolgung solcher Standards kann die Destination sicherstellen, dass sie in Übereinstimmung mit global anerkannten Prinzipien für nachhaltige Entwicklung handelt.
5. **Benchmarking und Vergleich:** Die Zertifizierung ermöglicht eine Benchmarking-Möglichkeit, bei der die Destination ihre Leistung mit anderen zertifizierten Destinationen vergleichen kann. Dies fördert einen Wissensaustausch und die Identifikation von Best Practices in der nachhaltigen Tourismusedwicklung.
6. **Stakeholder-Engagement:** Die Bemühungen um eine Nachhaltigkeitszertifizierung erfordern oft die Zusammenarbeit und das Engagement verschiedener Stakeholder in der Destination, einschließlich Behörden, Unternehmen und der lokalen Gemeinschaft. Dadurch wird eine umfassende Einbindung der Interessengruppen in die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung gefördert.
7. **Marketingvorteile:** Eine erfolgreiche Nachhaltigkeitszertifizierung kann als effektives Marketinginstrument dienen und die Destination als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel positionieren. Dies kann eine erhöhte Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit in einem zunehmend umweltbewussten Marktumfeld bieten.

Zusammenfassend sind Nachhaltigkeitszertifizierungen von entscheidender Bedeutung, um die glaubwürdige Umsetzung und Kommunikation von Nachhaltigkeitsbemühungen in einer Destination zu unterstützen. Sie bieten Orientierung, Ansporn, Benchmarking-Möglichkeiten, Stakeholder-Engagement und Marketingvorteile, während sie sicherstellen, dass die Destination den globalen Standards für nachhaltigen Tourismus entspricht. Durch die Zertifizierung können Destinationen ihre Nachhaltigkeitsleistung verbessern und eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung vorantreiben.

Maßnahmen können umfassen:

- Messung des Anteils zertifizierter Leistungsträger nach Art der Zertifizierung

KPI: Anteil zertifizierter nachhaltiger Unternehmen oder Unterkünfte

Berechnungsformel: (Anzahl der zertifizierten nachhaltigen Unternehmen oder Unterkünfte / Gesamtzahl der Unternehmen oder Unterkünfte in der Destination) * 100

Der KPI misst den Prozentsatz der Unternehmen oder Unterkünfte in der Destination, die eine anerkannte Nachhaltigkeitszertifizierung erhalten haben. Diese Zertifizierungen sollten durch unabhängige Organisationen oder Expert:innen vergeben werden und klare Kriterien für nachhaltige Praktiken und Maßnahmen vorschreiben (siehe Nationale Zertifizierungs- und Kennzeichnungsstrategie).

Ein hoher Wert des KPIs deutet darauf hin, dass ein bedeutender Anteil der Unternehmen oder Unterkünfte in der Destination nachhaltig zertifiziert ist. Dies zeigt das Engagement der Destination für nachhaltigen Tourismus und die Bereitschaft der Unternehmen, nachhaltige Praktiken zu implementieren. Ein niedriger Wert hingegen könnte darauf hinweisen, dass noch weitere Anstrengungen erforderlich sind, um eine breitere Beteiligung und Umsetzung von Nachhaltigkeitszertifizierungen zu erreichen. In diesem Fall könnten gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um mehr Unternehmen oder Unterkünfte zur Teilnahme an Nachhaltigkeitszertifizierungen zu ermutigen.

G9: Nachhaltigkeits-Managementsystem

Die Etablierung eines Nachhaltigkeits-Managementsystems in einer Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren wichtigen Gründen:

1. Ganzheitlicher Ansatz: Ein Nachhaltigkeits-Managementsystem ermöglicht es der Destination, einen ganzheitlichen Ansatz für ihre nachhaltige Entwicklung zu verfolgen. Es unterstützt die Integration von ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Aspekten, um eine ausgewogene und umfassende Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln und umzusetzen.
2. Zielgerichtete Planung und Umsetzung: Durch ein Nachhaltigkeits-Managementsystem kann die Destination klare Ziele und Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit festlegen. Es hilft dabei, die Prioritäten zu setzen und die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele zu strukturieren, um eine gezielte und effektive Entwicklung zu erreichen.
3. Kontinuierliche Verbesserung: Ein Nachhaltigkeits-Managementsystem fördert eine Kultur der kontinuierlichen Verbesserung. Es ermöglicht die regelmäßige Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung, die Identifizierung von Verbesserungspotenzialen und die Anpassung der Strategie entsprechend veränderter Bedingungen.
4. Einbindung der Stakeholder: Das Management-System erleichtert die Einbindung verschiedener Stakeholder wie Regierungsbehörden, Unternehmen, lokale Gemeinschaften und Nichtregierungsorganisationen. Dies fördert die Zusammenarbeit, den Wissensaustausch und die Partizipation der Interessengruppen an der Nachhaltigkeitsentwicklung.

5. Rechenschaftspflicht und Berichterstattung: Ein strukturiertes Nachhaltigkeits-Managementsystem legt klare Verantwortlichkeiten fest und ermöglicht eine transparente Berichterstattung über die Fortschritte und Ergebnisse der nachhaltigen Entwicklung. Dies stärkt die Rechenschaftspflicht gegenüber der Öffentlichkeit und den Interessengruppen.
6. Langfristige Perspektive: Das Management-System fördert eine langfristige Perspektive in der Planung und Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen. Es unterstützt die Destination dabei, nachhaltige Ziele über mehrere Jahre oder Jahrzehnte hinweg zu verfolgen und einen Beitrag zu globalen Nachhaltigkeitszielen wie den UN Sustainable Development Goals zu leisten.
7. Wettbewerbsvorteil und Markenpositionierung: Die Etablierung eines Nachhaltigkeits-Managementsystems kann der Destination einen Wettbewerbsvorteil verschaffen und sie als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel positionieren. Dies kann dazu beitragen, umweltbewusste und sozial engagierte Reisende anzuziehen.

Zusammenfassend ermöglicht die Etablierung eines Nachhaltigkeits-Managementsystems in einer Destination eine strategische, ganzheitliche und langfristige Herangehensweise an die nachhaltige Entwicklung. Es fördert die Zielgerichtetheit, die Einbindung der Stakeholder, die kontinuierliche Verbesserung und die Rechenschaftspflicht. Durch die systematische Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen kann die Destination ihre Nachhaltigkeitsziele effektiv verfolgen und eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung fördern.

Maßnahmen können umfassen:

- Laufend aktualisierte Datenbank und Dashboard für sämtliche angeführte Indikatoren entwickeln und zugänglich machen

KPI: Grad der Implementierung des Nachhaltigkeits-Managementsystems

Berechnungsformel: (Anzahl der implementierten Elemente des Nachhaltigkeits-Managementsystems / Gesamtzahl der vorgesehenen Elemente des Nachhaltigkeits-Managementsystems) * 100

Um den KPI zu berechnen, werden die implementierten Elemente des Nachhaltigkeits-Managementsystems durch die Gesamtzahl der vorgesehenen Elemente in Bezug gesetzt und in Prozent umgewandelt. Ein hoher Wert des KPIs (z. B. über 80 %) deutet darauf hin, dass die meisten der vorgesehenen Elemente des Nachhaltigkeits-Managementsystems erfolgreich implementiert wurden. Dies zeigt, dass die Destination aktiv daran arbeitet, ein umfassendes und strukturiertes Nachhaltigkeits-Managementsystem einzuführen und umzusetzen. Ein niedriger Wert hingegen (z. B. unter 50 %) könnte darauf hindeuten, dass noch weitere Anstrengungen erforderlich sind, um das Nachhaltigkeits-Managementsystem in der Destination vollständig zu etablieren. In diesem Fall könnten gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um die Implementierung zu verbessern und sicherzustellen, dass alle relevanten Elemente des Systems in die Praxis umgesetzt werden.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Elemente des Nachhaltigkeits-Managementsystems je nach den spezifischen Nachhaltigkeitszielen und -strategien der Destination variieren können.

Die Daten zur Berechnung dieses KPIs sollten aus zuverlässigen Quellen stammen, und die Bewertung der Implementierung sollte transparent und objektiv erfolgen.

G10: Nachhaltigkeitskommunikation

Die Kommunikation des nachhaltigen touristischen Angebots an den Gast ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination von entscheidender Bedeutung aus mehreren wichtigen Gründen:

1. **Bewusstseinsbildung und Bildung:** Eine gezielte Kommunikation des nachhaltigen Angebots informiert die Gäste über die vorhandenen nachhaltigen Aktivitäten, Attraktionen und Dienstleistungen in der Destination. Dadurch wird das Bewusstsein für nachhaltigen Tourismus geschärft und den Gästen ermöglicht, informierte Entscheidungen zu treffen.
2. **Förderung von nachhaltigem Verhalten:** Die Kommunikation des nachhaltigen Angebots ermutigt die Gäste dazu, nachhaltige Aktivitäten und Praktiken während ihrer Reise zu wählen. Dies umfasst beispielsweise den Einsatz öffentlicher Verkehrsmittel, den Besuch von Naturschutzgebieten oder den Kauf lokaler Produkte.
3. **Einbindung und Partizipation:** Indem den Gästen das nachhaltige touristische Angebot präsentiert wird, werden sie aktiv in die nachhaltige Entwicklung der Destination einbezogen. Die Gäste können dadurch an nachhaltigen Projekten teilnehmen und einen positiven Beitrag zur Umwelt und lokalen Gemeinschaft leisten.
4. **Image und Wettbewerbsvorteil:** Die Kommunikation des nachhaltigen Angebots stärkt das Image der Destination als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reiseziel. Dies kann dazu beitragen, umweltbewusste und ethisch orientierte Reisende anzuziehen und einen Wettbewerbsvorteil in einem zunehmend grünen und nachhaltigkeitsorientierten Tourismusmarkt zu erlangen.
5. **Schutz der natürlichen und kulturellen Ressourcen:** Indem den Gästen nachhaltige Aktivitäten und Möglichkeiten präsentiert werden, wird eine umweltfreundliche und kulturbewusste Reiseplanung gefördert. Dies kann den Druck auf empfindliche Ökosysteme und kulturelle Stätten reduzieren und zu deren Schutz beitragen.
6. **Rechenschaftspflicht und Transparenz:** Eine transparente Kommunikation des nachhaltigen Angebots ermöglicht den Gästen, die tatsächlichen Auswirkungen ihrer Reise auf die Umwelt und die lokale Gemeinschaft zu verstehen. Dies fördert die Rechenschaftspflicht der Destination und der Tourismusakteur:innen gegenüber den Gästen.
7. **Langfristige Entwicklung:** Die Kommunikation des nachhaltigen Angebots trägt zu einer langfristigen und nachhaltigen Entwicklung der Destination bei. Nachhaltige Aktivitäten und Praktiken können das Wohlergehen der lokalen Gemeinschaft fördern, ökologische Schätze bewahren und ein authentisches und einzigartiges Reiseerlebnis bieten, das die Gäste dazu ermutigt, zurückzukehren und die Destination weiter zu unterstützen.

Zusammenfassend ist die Kommunikation des nachhaltigen touristischen Angebots an den Gast ein wesentlicher Bestandteil der strategischen Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Sie trägt zur Bewusstseinsbildung und Bildung bei, fördert nachhaltiges Verhalten, bindet die Gäste aktiv in nachhaltige Projekte ein, stärkt das Image und den Wettbewerbsvorteil der Destination und unterstützt den Schutz natürlicher und kultureller Ressourcen. Durch eine transparente Kommunikation wird die Rechenschaftspflicht gestärkt und eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung gefördert.

Maßnahmen können umfassen:

- Prioritäre Platzierung von Nachhaltigkeit auf der Website
- Hervorheben von Nachhaltigkeits-Best Practices in der Destination
- Entwicklung eines Social Media & Newsletter Medienplanes zu Nachhaltigkeitsthemen

KPI: Anteil der Gäste, die über nachhaltige Angebote informiert wurden und diese genutzt haben

Berechnungsformel: (Anzahl der informierten und nachhaltige Angebote nutzenden Gäste / Gesamtzahl der Gäste) * 100

Ein hoher Wert des KPIs (z. B. über 70 %) deutet darauf hin, dass ein großer Anteil der Gäste über nachhaltige Angebote informiert wurde und diese aktiv in Anspruch genommen hat. Dies zeigt, dass die Nachhaltigkeitskommunikation effektiv war und die Gäste dazu motiviert hat, nachhaltige Aktivitäten und Dienstleistungen zu wählen. Ein niedriger Wert hingegen (z. B. unter 30 %) könnte darauf hindeuten, dass die Nachhaltigkeitskommunikation nicht ausreichend durchdringend war oder dass die Gäste nicht ausreichend motiviert waren, nachhaltige Angebote zu nutzen. In diesem Fall könnten gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um die Kommunikation zu verbessern und das Bewusstsein und die Akzeptanz für nachhaltige Angebote bei den Gästen zu erhöhen.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Definition von "nachhaltigen Angeboten" und die Auswahl der relevanten Angebote von Destination zu Destination variieren können. Die Daten zur Berechnung dieses KPIs sollten aus zuverlässigen Quellen stammen, und die Bewertung der Informations- und Nutzungsrate der nachhaltigen Angebote sollte transparent und objektiv erfolgen. Zusätzlich zum KPI für den Anteil der informierten und nachhaltige Angebote nutzenden Gäste könnten weitere KPIs verwendet werden, um die Wirksamkeit der Nachhaltigkeitskommunikation zu bewerten, wie zum Beispiel die Gästezufriedenheit mit den angebotenen nachhaltigen Aktivitäten oder die Auswirkungen auf die Umwelt- und sozialen Indikatoren durch die Nutzung nachhaltiger Angebote.

G11: Nachhaltigkeitsberichte

Die Veröffentlichung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts der Destination ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung von großer Bedeutung aus mehreren wichtigen Gründen:

1. **Transparenz und Rechenschaftspflicht:** Ein Nachhaltigkeitsbericht bietet eine transparente Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung der Destination. Durch die Offenlegung von Informationen zu nachhaltigen Maßnahmen, Zielerreichungen und Herausforderungen zeigt die Destination ihre Verantwortung und Rechenschaftspflicht gegenüber den Gästen, der lokalen Gemeinschaft, Unternehmen, Investoren und anderen Interessengruppen.
2. **Kommunikation der Fortschritte:** Ein Nachhaltigkeitsbericht ermöglicht es der Destination, ihre Fortschritte und Erfolge in Bezug auf nachhaltige Entwicklung zu kommunizieren. Dies stärkt das Vertrauen der Interessengruppen und vermittelt ein Gefühl der Sicherheit, dass die Destination ihre nachhaltigen Ziele ernsthaft verfolgt und Maßnahmen ergreift, um positive Veränderungen zu bewirken.

3. Identifizierung von Handlungsbereichen: Der Nachhaltigkeitsbericht ermöglicht es, Bereiche zu identifizieren, in denen weitere Verbesserungen und Anstrengungen erforderlich sind. Er dient als Grundlage für die strategische Planung und Priorisierung von nachhaltigen Maßnahmen und bietet eine Orientierung für die zukünftige Entwicklung der Destination.
4. Benchmarking und Vergleich: Ein Nachhaltigkeitsbericht ermöglicht den Vergleich der Nachhaltigkeitsleistung der Destination im Zeitverlauf sowie den Vergleich mit anderen Destinationen oder Branchen. Dies fördert den Austausch bewährter Praktiken und den Lernprozess, um das Wissen und die Fähigkeiten zur nachhaltigen Entwicklung zu erweitern.
5. Stakeholder-Einbindung: Die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts erfordert die Zusammenarbeit und Einbindung verschiedener Stakeholder, einschließlich der lokalen Gemeinschaft, Unternehmen, Behörden und NGOs. Dies fördert die Partizipation und den Dialog über nachhaltige Entwicklungsziele und trägt dazu bei, die vielfältigen Interessen der Interessengruppen zu berücksichtigen.
6. Langfristige Ausrichtung: Ein jährlicher Nachhaltigkeitsbericht ermöglicht es der Destination, ihre Fortschritte im Laufe der Zeit zu verfolgen und ihre langfristige Ausrichtung zu überprüfen. Dies unterstützt eine konsistente und langfristige Strategie für die nachhaltige Entwicklung und hilft, Kontinuität und Nachhaltigkeit in den Handlungen zu gewährleisten.
7. Attraktivität für nachhaltige Reisende: Die Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts kann dazu beitragen, die Destination als attraktives Reiseziel für umweltbewusste und sozial verantwortungsbewusste Reisende zu positionieren. Nachhaltigkeitsorientierte Gäste suchen oft nach transparenten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung eines Reiseziels, um ihre Reiseentscheidungen zu treffen.

Zusammenfassend ist die Veröffentlichung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination von großer Bedeutung. Er fördert Transparenz, Rechenschaftspflicht und Kommunikation der Fortschritte. Darüber hinaus identifiziert er Handlungsbereiche, ermöglicht Benchmarking und Stakeholder-Einbindung, unterstützt eine langfristige Ausrichtung und stärkt die Attraktivität für nachhaltige Reisende. Durch die regelmäßige Berichterstattung wird die Destination dazu ermutigt, ihre nachhaltigen Bemühungen zu verstärken und eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung zu verfolgen.

Maßnahmen können umfassen:

- Veröffentlichung des jährlichen Destinations-Nachhaltigkeitsberichtes mit Status, Fortschritt und Plänen zu den angeführten Themenbereichen / Indikatoren

KPI: Anzahl der veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte pro Jahr

Berechnungsformel: Anzahl der veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte in einem Jahr

Ein hoher Wert des KPIs (z. B. jährliche Veröffentlichung eines Berichts) deutet darauf hin, dass die Destination ein starkes Engagement für die Nachhaltigkeitsentwicklung zeigt und die Transparenz und Rechenschaftspflicht in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitsbemühungen ernst nimmt. Ein niedriger Wert (z. B. keine oder unregelmäßige Veröffentlichung von Berichten) könnte darauf hindeuten, dass die Destination noch Verbesserungspotenzial in Bezug auf ihre Berichterstattung und Transparenz hat. In diesem Fall könnten Maßnahmen ergriffen werden,

um die Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten zu fördern und die Stakeholder über die Fortschritte in der nachhaltigen Entwicklung der Destination auf dem Laufenden zu halten.

Es ist wichtig zu betonen, dass die Qualität und Aussagekraft der Nachhaltigkeitsberichte ebenfalls von großer Bedeutung sind. Die Berichte sollten relevante und objektive Informationen enthalten, die auf verlässlichen Daten basieren und den Fortschritt der Destination in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitsziele widerspiegeln.

G12: Erweiterte Dialogplattform zur Destinationsentwicklung

Die Etablierung einer erweiterten Dialogplattform zur Destinationsentwicklung mit Städten, Gemeinden und anderen Instanzen ist für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination von großer Bedeutung aus mehreren wichtigen Gründen:

1. **Ganzheitlicher Ansatz:** Eine erweiterte Dialogplattform ermöglicht es der Destination, einen ganzheitlichen Ansatz für ihre nachhaltige Entwicklung zu verfolgen. Durch die Einbeziehung verschiedener Stakeholder wie Städte, Gemeinden, Regierungsbehörden, Nichtregierungsorganisationen und lokale Interessengruppen können die vielfältigen Aspekte und Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung angemessen berücksichtigt werden.
2. **Synergien und Zusammenarbeit:** Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Instanzen fördert Synergien und gemeinsame Lösungsansätze. Die Dialogplattform schafft eine Gelegenheit für den Austausch von Ideen, Wissen und bewährten Praktiken, um effektive und ganzheitliche Lösungen für nachhaltige Herausforderungen zu entwickeln.
3. **Partizipation und Akzeptanz:** Die Einbindung von Städten, Gemeinden und anderen lokalen Akteur:innen in den Dialogprozess fördert die Partizipation und die Akzeptanz von nachhaltigen Maßnahmen. Die Einbeziehung der lokalen Gemeinschaft in die Entscheidungsfindung stärkt ihre Identifikation mit den nachhaltigen Zielen und erhöht die Wahrscheinlichkeit einer erfolgreichen Umsetzung.
4. **Integrierte Planung und Umsetzung:** Die erweiterte Dialogplattform ermöglicht eine integrierte Planung und Umsetzung von nachhaltigen Projekten. Durch die Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteur:innen können nachhaltige Maßnahmen besser aufeinander abgestimmt und mögliche Konflikte zwischen unterschiedlichen Interessen vermieden werden.
5. **Identifikation und Priorisierung von Bedürfnissen:** Die Dialogplattform ermöglicht es, die Bedürfnisse und Anliegen der verschiedenen Stakeholder zu identifizieren und zu priorisieren. Dies unterstützt die zielgerichtete Entwicklung von nachhaltigen Projekten und Maßnahmen, die auf die spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen der Destination eingehen.
6. **Rechenschaftspflicht und Transparenz:** Die Einrichtung einer Dialogplattform fördert die Transparenz und die Rechenschaftspflicht gegenüber den Stakeholdern. Die Ergebnisse und Fortschritte der nachhaltigen Entwicklung können regelmäßig kommuniziert werden, um die Interessengruppen über den Stand der Dinge zu informieren.
7. **Langfristige Perspektive:** Die Dialogplattform fördert einen langfristigen Ansatz für die Destinationsentwicklung. Durch den kontinuierlichen Dialog und die Zusammenarbeit können langfristige Strategien entwickelt werden, um eine nachhaltige Entwicklung über einen längeren Zeitraum hinweg zu gewährleisten.

Zusammenfassend ermöglicht die Etablierung einer erweiterten Dialogplattform zur Destinationsentwicklung mit Städten, Gemeinden und anderen Instanzen einen ganzheitlichen, partizipativen und langfristigen Ansatz für die strategische Nachhaltigkeitsentwicklung einer Destination. Sie fördert die Zusammenarbeit, den

Wissensaustausch und die Integration von nachhaltigen Maßnahmen, um eine umfassende und erfolgreiche nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Durch die Einbeziehung verschiedener Stakeholder werden die Akzeptanz und Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen gestärkt und die Chancen für eine langfristige, verantwortungsbewusste und nachhaltige Entwicklung der Destination verbessert.

Maßnahmen können umfassen:

- Involvierung von Städte-/Gemeindeinstanzen und relevanten Infrastrukturbetrieben
- Besprechung strategischer Entwicklungsprojekte

KPI: Anzahl der durchgeführten Dialogveranstaltungen pro Jahr

Berechnungsformel: Anzahl der durchgeführten Dialogveranstaltungen mit Städten, Gemeinden und anderen Instanzen in einem Jahr

Der KPI misst die Anzahl der Dialogveranstaltungen, die die Destination in Zusammenarbeit mit Städten, Gemeinden und anderen relevanten Instanzen durchgeführt hat. Diese Dialogveranstaltungen sollten die Gelegenheit bieten, über nachhaltige Entwicklungsziele, Herausforderungen, Projekte und Lösungen zu diskutieren und den Dialog zwischen den verschiedenen Akteur:innen zu fördern. Um den KPI zu berechnen, wird die Anzahl der durchgeführten Dialogveranstaltungen in einem Jahr ermittelt. Idealerweise sollten diese Veranstaltungen regelmäßig stattfinden und die Beteiligung von verschiedenen Interessengruppen, einschließlich Vertreter:innen von Städten, Gemeinden, lokalen Organisationen, Behörden und anderen Instanzen, ermöglichen.

Ein hoher Wert des KPIs (z. B. mehrere Dialogveranstaltungen pro Jahr) deutet darauf hin, dass die Destination eine aktive und umfassende Dialogplattform zur Destinationsentwicklung eingerichtet hat und eine regelmäßige Zusammenarbeit mit relevanten Stakeholdern stattfindet. Dies zeigt das Engagement der Destination für die Einbindung verschiedener Akteure in den Entwicklungsprozess und die Förderung einer partizipativen und integrativen nachhaltigen Entwicklung. Ein niedriger Wert (z. B. wenige oder keine durchgeführten Dialogveranstaltungen) könnte darauf hindeuten, dass die Destination noch Verbesserungspotenzial in Bezug auf ihre Dialogplattform und die Zusammenarbeit mit relevanten Akteuren hat. In diesem Fall könnten gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um die Anzahl und Qualität der Dialogveranstaltungen zu erhöhen und eine breitere Beteiligung der Stakeholder zu gewährleisten.

Es ist wichtig zu betonen, dass die Qualität und Ergebnisse der Dialogveranstaltungen ebenfalls von großer Bedeutung sind. Die Veranstaltungen sollten einen offenen und inklusiven Raum für den Austausch von Ideen und Meinungen bieten und dazu beitragen, konkrete Maßnahmen und Projekte zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung der Destination zu identifizieren und umzusetzen. Zusätzlich zum KPI für die Anzahl der durchgeführten Dialogveranstaltungen könnten weitere KPIs verwendet werden, um die Effektivität und Wirkung der Dialogplattform zu bewerten, wie zum Beispiel die Bewertung der Zufriedenheit der Teilnehmer:innen oder die Umsetzung von Maßnahmen, die aus den Dialogen hervorgegangen sind.

Raum für Notizen

Raum für Notizen

Raum für Notizen