

# FRAGENKATALOG ZUR BEWERBUNG

## Bundeswettbewerb 2022/23 – Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland

### 2. Wettbewerbsphase (Fortgeschrittene Destinationen)

Dieses Dokument dient als Übersicht des Fragenkataloges der zweiten Wettbewerbsphase und ist nicht zum Ausfüllen vorgesehen. Bis zum Start der zweiten Bewerbungsstufe am 01.01.2023 kann es noch zu kleineren Änderungen kommen. Irrtümer bleiben vorbehalten.

Durch Klicken auf die Felder „Weitere Informationen“ gelangen Sie automatisch ans Ende des Dokumentes mit zusätzlichen Informationen zu den einzelnen Fragen.

Einsendeschluss der zweiten Wettbewerbsphase ist der 28.02.2023. Bitte schließen Sie die Bearbeitung des Online-Fragenkataloges rechtzeitig ab.

Nach der Bewerbungsphase erhalten Sie in Ihrem Online-Profil eine Auswertung Ihres Ergebnisses. Sie können bei dieser Erstausswertung direkt Ihre Stärken erkennen und Ihre Eingaben im Vergleich mit den Mitbewerber\*innen prüfen. Dies hilft Ihnen zur weiteren strategischen und konkreten Bearbeitung des Themenfelds Nachhaltigkeit in Ihrer Destination.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Teilnahme am Bundeswettbewerb auf dem Weg zum Gewinn!



Nachhaltige  
Tourismus  
destinationen

BUNDESWETTBEWERB

2022/23

# 1. Nachhaltigkeit in der Destination

## 1. Strategie und Planung (max. 20 Punkte)

### 1.1 Nachhaltigkeit im Tourismusmanagementplan [Weitere Informationen](#)

#### 1.1.1 Werden in den strategischen Ausarbeitungen des Tourismusmanagementplans konkrete Ziele einer nachhaltigen Ausrichtung des Tourismus formuliert?

Wenn ja: Bitte die Seitenzahl angeben.

Wenn ja: Werden dort auch bereits Umsetzungsschritte / konkrete Maßnahmen formuliert?

ja/nein

Wenn ja: Bitte die Seitenzahl angeben.

#### 1.1.2 Wurde der Tourismusmanagementplan unter Einbeziehung verschiedener Interessengruppen entwickelt?

Wenn ja: Bitte Beleg hochladen (z.B. Belege für Konsultationen von Interessengruppen, Meetings usw. bei der Entwicklung des Plans, öffentliche Angebote für Anwohner\*innen etc.).

#### 1.1.3 Wird für den Tourismusmanagementplan ein regelmäßiges Monitoring durchgeführt?

Wenn ja: Bitte Beleg hochladen.

## 2. Nachhaltige Angebotsgestaltung (max. 39 Punkte)

### 2.1 Förderung von Nachhaltigkeit und Qualität bei Leistungsträger\*innen

[Weitere Informationen](#)

#### 2.1.1 Die DMO kann touristische Leistungsträger\*innen der Destination auf verschiedene Weise in ihrer Nachhaltigkeitsausrichtung unterstützen und deren Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen fördern.

Darunter fallen unter anderem folgende Möglichkeiten:

- Bereitstellung von Informationen,
- Beratungsleistungen,
- Vernetzungsaktivitäten der Akteur\*innen untereinander,
- Kooperationsangebote und Aktionen, die dazu ermutigen, bürgerschaftliches Engagement zu unterstützen,
- Unterstützung bei Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifizierungen,
- Abgabe von freiwilligen Selbstverpflichtungen (z.B. Nachhaltigkeits-Commitment der Akteur\*innen oder Partner\*innensystem),
- Unterstützung / Zugang zu Fördermöglichkeiten einer nachhaltigen Ausrichtung (z.B. Energieberatung),
- Herausstellung von Unternehmen mit touristischer Nachhaltigkeitsausrichtung,
- Kennzeichnung und Bewerbung nachhaltiger Tourismusangebote und -produkte,
- finanzielle Anreize für Akteur\*innen mit Nachhaltigkeitsausrichtung (z.B. vergünstigte Konditionen),
- Sonstiges.

**Haben Sie in den letzten Jahren (seit 2019) Projekte / Maßnahmen in einem der Bereiche durchgeführt?**

**Wenn ja:** Bitte beschreiben Sie ein herausragendes Beispiel der letzten Jahre (seit 2019) und welche Erfolge dadurch erzielt werden konnten (max. 1.000 Zeichen). Bitte Beleg hochladen.

**2.1.2 Wie viele Tourismusbetriebe in der Destination verfügen über ein Umwelt- bzw. Nachhaltigkeits-Label?**

*(Hinweis: Dieser Wert wird relativ pro 100.000 Übernachtungen bewertet)*

**2.1.3 Haben Sie in der Destination ein Leistungsträger\*innen-Netzwerk zur Nachhaltigkeit aufgebaut oder unterstützen Sie ein entsprechendes, bestehendes Netzwerk aktiv?**

**Wenn ja:** 1. **Wie viele Mitglieder umfasst das Netzwerk?** *(Hinweis: Dieser Wert wird in Relation zum Destinationstyp (Größeneinordnung) gewertet)*

**Wenn ja:** 2. **Wie setzt sich das Netzwerk zusammen (Art / Struktur der Mitglieder) und was war Ihre wichtigste Maßnahme in den letzten Jahren (seit 2019) zur Unterstützung des Netzwerks** (max. 1.000 Zeichen)?

Bitte Beleg hochladen.

## **2.2 Barrierefreiheit bei touristischen Leistungen** *Weitere Informationen*

**2.2.1 Geben Sie Informationen über den Grad der barrierefreien Zugänglichkeit und Nutzbarkeit der von Ihnen beworbenen Angebote und Aktivitäten in der Destination?**

**Wenn ja:** Bitte Informationsmaterial hochladen oder Link einfügen.

*(Hinweis: Punkte werden nur gegeben, wenn Belege auch den Grad der Zugänglichkeit angeben und eine Vielfalt der beworbenen Angebote zu erkennen ist)*

**2.2.2 Werden in Ihrer Destination Maßnahmen für ein barrierefreies und inklusives Marketing umgesetzt?** (Broschüren, Social Media, Website)

**Wenn ja:**

- Durch Bereitstellung von Informationen in leichter Sprache?
- Durch Bereitstellung von Informationen auf verschiedenen Sprachen?
- Durch Einsatz von Bildsprache und Visualisierungen, die die gesellschaftliche Vielfalt abbilden?
- Durch Zusatzangebote oder -einstellungen für Gehörlose oder Menschen mit Sehschwäche/Erblindung?
- Sonstiges.

**Wenn ja:** Bitte Beleg hochladen oder Link einfügen.

**2.2.3 Wie viele tourismusrelevante Angebote in der Destination tragen aktuell ein Siegel zur Barrierefreiheit?**

*(Hinweis: Dieser Wert wird relativ pro 100.000 Übernachtungen bewertet, es werden alle gängigen Siegel anerkannt)*

### 3 Lokaler Wohlstand (max. 40 Punkte)

#### 3.1 Regionale Wertschöpfung und nachhaltige Produkte bei Akteur\*innen

**3.1.1 Tourismusausgaben können der lokalen Wirtschaft, also der regionalen und nachhaltigen Wertschöpfung in der Destination zugutekommen.** Im Tourismus kann dies auf verschiedene Weise gefördert werden:

- Einsatz nachhaltiger und regionaler Produkte in der touristischen Vermarktung,
- Kooperationen mit Regionalmarken, Direktvermarkter\*innen, regionalen Handwerksbetrieben oder sonstigen lokalen Initiativen,
- Beratung und Förderung von Produzent\*innen, um Zugang zu touristischen Betrieben zu erhalten,
- Etablierung von Richtlinien zum nachhaltigen Einkauf/zur nachhaltigen Beschaffung in touristischen Betrieben,
- Sonstiges.

**Haben Sie in den letzten Jahren (seit 2019) Projekte/Maßnahmen in einem der Bereiche durchgeführt?**

Wenn ja: Bitte beschreiben Sie ein herausragendes Beispiel der letzten Jahre (seit 2019) (max. 1.000 Zeichen). Bitte Beleg hochladen.

#### 3.2 Gute Arbeit im Tourismus

**3.2.1 Gibt es in Ihrer Destination konkrete Aktionen mit Tourismusakteur\*innen zur Steigerung der Qualität der Arbeit im Tourismus?**

Wenn ja: Bitte beschreiben Sie kurz eine Maßnahme der letzten Jahre (seit 2019) und welche Erfolge dadurch erzielt werden konnten (max. 1.000 Zeichen).

Bitte Beleg hochladen.

**3.2.2 Werden in Ihrer Destination Aktivitäten zur Gewinnung von Auszubildenden und Arbeitskräften im Gastgewerbe durchgeführt?**

Wenn ja: Bitte nennen Sie ein konkretes Beispiel (max. 1.000 Zeichen).

Bitte Beleg hochladen.

#### 3.3 Qualitatives Wachstum

**3.3.1 Werden im Tourismusmanagementplan Zielsetzungen für ein qualitatives, nicht volumenbasiertes Wachstum festgelegt?**

Wenn ja: Bitte Seitenzahl(en) im Konzept angeben.

### 4 Betriebliche Nachhaltigkeitsausrichtung der DMO (max. 20 Punkte)

#### 4.1 Nachhaltigkeit in der DMO

**4.1.1 Bitte beschreiben Sie die wichtigsten Meilensteine der letzten Jahre (seit 2019) in der Nachhaltigkeitsausrichtung Ihrer DMO (max. 3 Beispiele) (max. 1.000 Zeichen).**

Bitte Beleg hochladen.

**4.1.2 Wie hoch ist der Stellenanteil in der DMO, der für eine koordinierte nachhaltige Destinationsentwicklung verantwortlich ist?**

(Hinweis: Geben Sie bitte den Wert im Verhältnis zur Gesamtbelegschaft / VZÄ der DMO an.  
Bsp.: 0,5 von 5,5 Vollzeitäquivalenten in der DMO)

## 5 Natur und Landschaft (max. 15 Punkte)

### 5.1 Natur- und Umweltschutzinitiativen [Weitere Informationen](#)

**5.1.1 Führen Sie gemeinsame Projekte bzw. Initiativen zum Umwelt- und Naturschutz mit Akteur\*innen durch?**

Wenn ja: Bitte beschreiben Sie kurz ein umgesetztes Beispiel der letzten Jahre (seit 2019) und welche Erfolge dadurch erzielt werden konnten (max. 1.000 Zeichen).

Bitte Beleg hochladen.

## 6 Klimaschutz & Mobilität (max. 50 Punkte)

### 6.1 Klimaschutz und Klimaanpassung [Weitere Informationen](#)

**6.1.1 Wurden in Ihrer Destination tourismusspezifische Anpassungsstrategien für die Folgewirkungen des globalen Klimawandels identifiziert?**

Wenn ja: Bitte nennen Sie ein konkretes Beispiel für Anpassungsstrategien (max. 1.000 Zeichen).

**6.1.2 Verfolgt Ihre Destination konkrete Ziele auf dem Weg zur Klimaneutralität?**

Wenn ja: Bitte geben Sie knapp die geplanten, abgestimmten und/oder erreichten Ziele an (max. 1.000 Zeichen).

Bitte Beleg hochladen.

**6.1.3 Bitte beschreiben Sie eine Aktion/Maßnahme der letzten Jahre (seit 2019) zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen des Tourismus in Ihrer Destination (max. 1.000 Zeichen).**

Bitte Beleg hochladen.

**6.1.4 Haben Sie in Ihrer Destination eine\*n Klimaschutzmanager\*in, der/die mit Ihnen zusammenarbeitet?**

Wenn ja: Bitte beschreiben Sie knapp die Art der Zusammenarbeit (max. 1.000 Zeichen).

### 6.2 Mobilität [Weitere Informationen](#)

**6.2.1 Wird in Ihrer Destination die Nutzung von umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln für die An- und Abreise und vor Ort durch konkrete Maßnahmen gestärkt?**

- Wenn ja: Bitte beschreiben Sie Ihre wichtigste Maßnahme der letzten Jahre (seit 2019) (max. 1.000 Zeichen).

Bitte Beleg hochladen.

**6.2.2 Erfassen Sie den Anteil der Gästeankünfte mit Umweltverbund in Ihrer Destination?**

Wenn ja: Bitte geben Sie den Prozentsatz Ihrer Gästeankünfte mit Umweltverbund an. Benennen Sie Ihre Datenquelle.

## 7 Kultur und Identität (max. 20 Punkte)

### 7.1 Kulturgüter und immaterielles Kulturerbe [Weitere Informationen](#)

**7.1.1 Führen Sie gemeinsame Projekte/Maßnahmen mit Kulturakteur\*innen durch zur Stärkung der regionalen und kulturellen Besonderheiten?**

Wenn ja: Bitte geben Sie ein Beispiel der letzten Jahre an (seit 2019) (max. 1.000 Zeichen).

**7.1.2 Haben Sie in den letzten Jahren (seit 2019) Maßnahmen/Aktionen zur Stärkung eines kulturbewussten Denkens und Handelns bei touristischen Leistungsträger\*innen durchgeführt?**

Wenn ja: Bitte geben Sie ein Beispiel an (max. 1.000 Zeichen).

## 8 Tourismus und Lebensqualität (max. 30 Punkte)

### 8.1 Ausgewogene Tourismusedwicklung [Weitere Informationen](#)

**8.1.1 Eine ausgewogene Tourismusedwicklung kann auf verschiedene Weise sichergestellt werden:**

- Jährliche Prüfung der Besucher\*innenfrequentierung / -verteilung auf Anzeichen von regionalen und saisonalen Überlastungserscheinungen (z.B. anhand von Kennzahlen) und ggf. Umsetzung von Maßnahmen zur Besucher\*innenlenkung und / oder -limitierung
- Erhebung einer Kennzahl zur Tourismusakzeptanz (z.B. Tourismusakzeptanzsaldo),
- regelmäßige Beteiligung der Anwohner\*innen an einer nachhaltigen Planung des Tourismus (Hinweis: gesetzlich vorgeschriebene Beteiligungsformate finden hier keine Berücksichtigung),
- Maßnahmen zur Berücksichtigung der Bedürfnisse und Bedenken der Anwohner\*innen hinsichtlich des Tourismus,
- Kooperationen/regelmäßiger Austausch mit Akteur\*innen der Stadt- oder Kommunalentwicklung sowie bürgerschaftlichen Initiativen,
- Sonstiges:

**Haben Sie in den letzten Jahren (seit 2019) Projekte/Maßnahmen in einem der Bereiche durchgeführt?**

Bitte markieren Sie die Maßnahmenbereiche, die von Ihrer DMO bereits umgesetzt wurden.

Wenn ja: Bitte beschreiben Sie eine Maßnahme der letzten Jahre (seit 2019) und welche Erfolge dadurch erzielt werden konnten (max. 1.000 Zeichen). Bitte Belege hochladen.

**8.1.2 Haben Sie Maßnahmen/Aktionen entwickelt, die touristische Angebote für Anwohner\*innen attraktiv machen?**

Wenn ja: Bitte beschreiben Sie eine Maßnahme der letzten Jahre (seit 2019) und welche Erfolge dadurch erzielt werden konnten (max. 1.000 Zeichen).

## 2. Schwerpunktthema der Destination

<b>9</b>	<b>Individuelles Schwerpunktthema</b> (max. 65 Punkte) <i>Weitere Informationen</i>
<b>9.1</b>	<b>Strategische Planung</b>
<b>9.1.1</b>	<b>Ordnen Sie Ihre individuelle Wahl eines Schwerpunktthemas kurz ein: Welches Schwerpunktthema wählen Sie? Warum?</b> (max. 1.000 Zeichen)
<b>9.1.2</b>	<b>Welche Ziele werden durch den Schwerpunkt verfolgt?</b> (max. 500 Zeichen)
<b>9.1.3</b>	<b>Werden in Ihrer Destination Daten erhoben, die eine Überprüfung der Ziele ermöglichen?</b> - Wenn ja: <b>Bitte nennen Sie kurz die entsprechenden Bereiche, in denen Daten erhoben werden und laden Sie einen Beleg hoch.</b> (max. 500 Zeichen)
<b>9.2</b>	<b>Umsetzung von Maßnahmen</b>
<b>9.2.1</b>	<b>Bitte beschreiben Sie eine Maßnahme der letzten Jahre (seit 2019) und welche Erfolge dadurch in dem Themenschwerpunkt erzielt werden konnten</b> (max. 1.000 Zeichen). Bitte Beleg hochladen.
<b>9.3</b>	<b>Leuchtturm-Angebot</b>
<b>9.3.1</b>	<b>Bitte stellen Sie ein innovatives Leuchtturm-Angebot aus Ihrer Destination vor, das besonders gut die Prinzipien des Schwerpunktthemas widerspiegelt und welches einen deutlichen Beitrag zur Erreichung der Ziele leistet</b> (max. 3.000 Zeichen). Das Angebot muss bereits am Markt existieren, touristische Partner*innen sollten sich daran beteiligen, es muss regelmäßig verfügbar sein sowie als Vorbild für andere Destinationen dienen können. Bitte Material zum Leuchtturm-Angebot hochladen.

## Weitere Informationen zum Fragenkatalog

### zu 1.1

#### 1.1.1 Tourismusmanagementplan

Ein Tourismusmanagementplan oder auch Tourismus(entwicklungs)konzept formuliert die kurz-, mittel- und langfristige Ausrichtung des Tourismus in der Destination und beinhaltet zumeist eine Vision mit konkreten Zielen und ein Entwicklungs- bzw. Aktionsprogramm mit Maßnahmen für die Umsetzung des Konzepts. In kleineren Destinationen oder Tourismusorten sollte zumindest ein strategisches Dokument (Strategiepapier, Leitbild) zur langfristigen Ausrichtung des Tourismus vorhanden sein. Ein Marketingplan mit der Auflistung von jährlichen Marketingmaßnahmen wird nicht als Tourismusmanagementplan akzeptiert.

#### 1.1.3 Monitoring des Tourismusmanagementplans

Beim Monitoring findet eine regelmäßige Überprüfung der Umsetzung der im Tourismusmanagementplan vereinbarten Ziele und Maßnahmen statt, um die Entwicklung kontrollieren, bewerten und ggf. Anpassungen und Optimierungen vornehmen zu können.

### zu 2.1

#### 2.1.2 Umwelt- bzw. Nachhaltigkeits-Label

Zu den anerkannten Umwelt- und Nachhaltigkeits-Labeln im Tourismus zählen:

- TourCert – Zertifizierung für Unterkünfte
- GreenSign / InfraCert
- Green Globe Certification Standard – Hotels & Resorts
- EMAS
- Green Key
- EU Ecolabel (Beherbergungsbetriebe, Campingdienste)
- Viabono
- Bio Hotels
- Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)
- DIN EN ISO 14001
- Ökoprotit
- Nachhaltige Ferienimmobilie (Klimapatenschaft)
- Wellness-Baum
- Green Pearls
- Ecocamping – Klimafreundlicher Betrieb
- Wellness Starts Hotel
- Tripadvisor Green Leaders
- Ehc = eco hotels certified
- Umweltgütesiegel Alpenvereinshütten
- Certified Green Hotel
- Bayerisches Umweltsiegel für das Gastgewerbe
- Partner der Nationalen Naturlandschaften
- DEHOGA Umweltcheck

## zu 2.2

### 2.2.1 Informationsbereitstellung zur Barrierefreiheit von tourismusrelevanten Angeboten

Um eine Nutzung von touristischen Einrichtungen und Sehenswürdigkeiten auch für Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen problem- und risikofrei realisierbar zu machen, werden transparente und verlässliche Informationen über Art der Zugänglichkeit und Nutzbarkeit des Angebots benötigt. Diese Informationen können einen umfassenden Überblick über die barrierefreien Angebote in der Destination geben und die Möglichkeit eines barrierefreien Urlaubs möglichst geschlossen darstellen.

### 2.2.2 Barrierefreies und inklusives Marketing

Ein barrierefreies Marketing stellt sicher, dass die Informationsangebote von Menschen mit und ohne Behinderung gleichermaßen genutzt werden können. Dabei umfasst Barrierefreiheit alle Behinderungen, die Auswirkungen auf die Nutzung haben – also sensorische, motorische oder kognitive Behinderungen. Einen ersten Einstieg in das Thema der barrierefreien Gestaltung von Informations- und Kommunikationstechniken bietet die Bundesfachstelle Barrierefreiheit auf ihrer Website: [https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Fachwissen/fachwissen\\_node.html](https://www.bundesfachstelle-barrierefreiheit.de/DE/Fachwissen/fachwissen_node.html).

Ein inklusiver Marketingansatz umschließt neben dem Aspekt der Zugänglichkeit und Nutzbarkeit auch die Repräsentation der gesellschaftlichen Vielfalt durch die Darstellung von Menschen mit diversen Lebensweisen, Behinderungen, Kulturen und sexuellen Orientierungen.

### 2.2.3 Zertifizierte Barrierefreiheit von tourismusrelevanten Angeboten

Das bundesweite Kennzeichnungssystem "Reisen für Alle" ermöglicht eine Zertifizierung von Anbieter\*innen entlang der gesamten touristischen Servicekette. Es bietet umfangreiche Informationen zur barrierefreien Ausgestaltung des Angebots und ermöglicht durch Piktogramme eine rasche Orientierung für Reisende mit Einschränkungen. Das System basiert auf verschiedenen Kriterien zur Sicherstellung von hohen branchenübergreifenden Qualitätsstandards, die von touristischen und Betroffenenverbänden erarbeitet wurden.

## zu 5.1

### 5.1.1 Umwelt-/Naturschutz-Projekte und -Initiativen bei Städtedestinationen

Im Kontext von städtischen Tourismusdestinationen können dies z.B. Projekte und Initiativen sein, die sich mit der Planung und Gestaltung von Grünflächen, Parkflächen und / oder Biotopen beschäftigen.

## zu 6.1

### 6.1.1 Anpassungsstrategien für die Folgewirkungen des globalen Klimawandels

Tourismus kann direkt und indirekt vom Klimawandel und seinen Folgen betroffen sein. Direkte Auswirkungen sind neben der zunehmenden Erwärmung z.B. veränderte Niederschlagsmuster und vor allem häufigere und intensivere Extremwetterlagen wie Hitzewellen, Dürren, Starkregen und Stürme. Zu den indirekten Folgen des Klimawandels zählen z.B. die Gefährdung von Küstendestinationen durch den steigenden Meeresspiegel oder die Beeinträchtigung der Landschaftsattraktivität (z.B. durch infrastrukturelle Anpassungsmaßnahmen oder Schädigung

von Wäldern durch anhaltende Trockenheit und Brände). Es gilt die spezifischen Klimaeffekte bzw. die wichtigsten Risiken des Klimawandels auf den Tourismus der Destination zu identifizieren und entsprechende Anpassungsstrategien auszuarbeiten. In einigen Regionen gibt es Kontaktstellen zum Thema oder kommunale Klimamanager\*innen, die für weitere Informationen zur Verfügung stehen.

### **6.1.2 Tourismusspezifische Handlungsfelder für den Klimaschutz**

Rolle und Beitrag des Tourismus zum regionalen Klimaschutz hängen von den gesamträumlichen Rahmenbedingungen und bereits existierenden Klimaschutzstrategien ab. Die Destinationsmanagementorganisation sollte daher über die regionalen Klimaschutzkonzepte informiert sein und diese als Basis für tourismusspezifische Überlegungen nutzen. Die Tourismusverantwortlichen sollten sich daran orientieren, welchen spezifischen Beitrag der Tourismus in ihrer Destination zum anthropogenen Klimawandel leistet, und sich entsprechend in die regionale Klimaschutzpolitik mit eigenen Zielsetzungen und Maßnahmen einbringen und Pilotprojekte zum klimafreundlichen Tourismus entwickeln. Im Vorfeld der Ausarbeitung bieten sich Stakeholder-Workshops an, die von der DMO initiiert werden und wichtigen Input liefern können. Die destinationsspezifischen Handlungsfelder können eine große Bandbreite aufweisen und z.B. bei Inselformationen die emissionsfreie Gestaltung des Fährverkehrs umfassen während in Wintersportregionen die Klimaauswirkungen von Beschneigungssystemen in den Fokus rücken könnten.

## **zu 6.2**

### **6.2.1 Maßnahmen zur umweltverträglichen Mobilität**

Diese Initiativen und Maßnahmen sollten das Ziel haben, die Nutzung von umweltfreundlichen Transportmitteln bei den Gästen zu steigern, die tägliche Zweckmobilität vor Ort zu ermöglichen (bspw. die Fahrt von der Unterkunft zum Bahnhof) und eine umweltverträgliche Freizeitmobilität vor Ort zu bewerben. Hierunter fallen z.B. folgende Maßnahmen:

- Bereitstellung von Informationen und Kommunikation (z.B. niedrigschwellige Informationen auf Website, Infostelen, Online-Fahrpläne, Darstellung des öffentlichen Verkehrsnetzes auf Karten der Destination gleichrangig zur Darstellung des Straßennetzes),
- Anreizsysteme bzw. Honorierungen (z.B. Vergünstigungen bei einer Anreise ohne PKW, Gepäcktransport, kostenlose lokale Mobilität durch Gäste-/Kurkarten, Vergünstigungen bei Kompensation)
- Ermöglichung einer lückenlosen Mobilität (z.B. gute Erreichbarkeit der ÖPNV-Haltestelle, Ziel mit wenigen Umstiegen erreichbar, abgestimmte Anschlussverbindung, Taktung unter 2h, Überbrückung der 'letzten Meile'),
- umweltfreundliche Mobilität vor Ort als Highlight (z.B. E-Bikes und Ladeinfrastruktur, bike-sharing, shuttle-services, Wander- und Radwege, die mit dem ÖPNV erreichbar sind).

### **6.2.2 Umweltverbund**

Mit Umweltverbund sind umweltverträgliche Verkehrsmittel bzw. Verkehrsarten gemeint. Diese umfassen Busse und Bahnen des öffentlichen Verkehrs sowie Fahrräder und "zu Fuß gehen" (nicht motorisierter Individualverkehr).

## **zu 7.1**

### 7.1.2 Förderung einer kulturbewussten Gestaltung von touristischen Angeboten

Die kulturbewusste Gestaltung von touristischen Angeboten kann auf unterschiedlichen Wegen gefördert werden. Hierunter fallen z.B. folgende Maßnahmen:

- Erfassung von Kulturgütern und Sehenswürdigkeiten mit hohem Besuchswert in der Destination und ansprechende Aufbereitung zur Nutzung durch die touristischen Leistungsträger\*innen,
- Erstellung von Kommunikationsmitteln zu Besonderheiten des immateriellen Kulturerbes in der Destination,
- Qualitätssteigerung der touristischen Angebote bzw. zur Bewahrung der lebendigen Traditionen (z.B. Weiterbildungsangebote für Gästeführer\*innen)
- Entwicklung von touristischen Angeboten mit Anbindung an Kulturangebote für die einheimische Bevölkerung (z.B. Themenwege, Ausstellungen, Besichtigungen, Dialektworkshops oder Audioguides)
- Konzeption und Organisation von Kulturveranstaltung(en) mit Einbindung der Touristik (durch Tagespauschalen, Gruppenreiseangebote usw.).

#### zu 8.1

##### 8.1.1 Beteiligungsformate für Anwohner\*innen

Eine Beteiligung der Anwohner\*innen auf freiwilliger Basis (z.B. in Form von Bürger\*innenforen, Gesprächsrunden oder Workshops) fließt positiv in die Bewertung ein. Gesetzlich vorgeschriebene Beteiligungsformate finden hier keine Berücksichtigung.

##### 8.1.2 Attraktivitätsförderung touristischer Angebote für Anwohner\*innen

Die Nutzung touristischer Angebote kann für Anwohner\*innen z.B. attraktiver gestaltet werden, indem man ihnen Vergünstigungen anbietet oder Kooperationsangebote mit lokalen Akteur\*innen wie etwa Schulen entwickelt. Auch die Kommunikation touristischer Angebote über die von Anwohner\*innen genutzten Medien (z.B. Tageszeitung, städtische Website u.a.) kann zur Attraktivitätsförderung beitragen.

#### zu 9.

Bitte wählen Sie frei ein Schwerpunktthema aus, in dem Ihre Destination besonders große Stärken besitzt. Eine Auswahl an möglichen Themen finden Sie auch im Bewerbungsportal unter dem Reiter Dokumente. Bitte geben Sie auch ein Leuchtturm-Angebot an, welches das Schwerpunktthema touristisch gut aufarbeitet bzw. für den Gast besonders erlebbar macht. Das Leuchtturm-Angebot sollte darüber hinaus bereits am Markt existieren, innovativ sein und einen Vorbildcharakter für andere Destinationen besitzen. Die Angabe eines aussagekräftigen Schwerpunktthemas lohnt sich: Wir prämiieren bis zu drei Themensieger mit attraktiven Preisen.