

14.11.2023 Haßberge Tourismus

# Nachhaltige Destinations- entwicklung in Bayern – wohin geht die Reise?



# Agenda

Das haben wir heute vor

- 01 Warum wir uns genau jetzt mit Nachhaltigkeit beschäftigen
- 02 Nachhaltigkeit – was bedeutet das noch mal?
- 03 Nachhaltigkeit in Bayern und Blick ins Projekt
- 04 Was das genau bedeutet: Maßnahmen und Beispiele
- 05 Ausblick – so geht es weiter



# Servus!

Darf ich mich vorstellen?

## Anna Scheffold

Beraterin bei Realizing Progress

- #Strategie
- #Nachhaltigkeit
- #Produkt
- #Ausdauersport



01



## Die Zeit ist reifer denn je

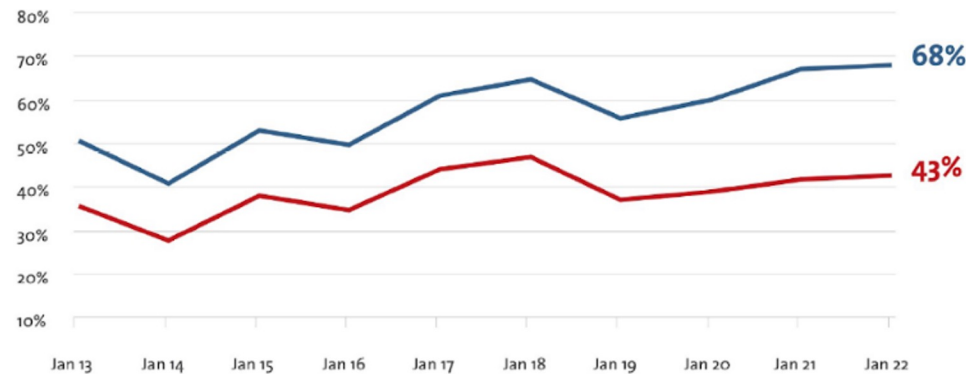
Warum wir uns genau jetzt mit  
Nachhaltigkeit beschäftigen (müssen)


# Immer mehr Menschen sind auf der Suche


Ein gutes Zeichen oder Herausforderung?

## Der steigende Wunsch nach ökologisch- und sozialverträglichem Urlaub

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren  
Quelle: Reiseanalyse 2013 - 2022, FUR; Dargestellt sind Werte zur Zustimmung „stimme voll und ganz zu/stimme zu“



 Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein.

 Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.

— Ökologisch ODER sozial

— Ökologisch UND sozial

Beim Thema Nachhaltigkeit und Urlaubsreisen sind sowohl ökologische als auch soziale Verträglichkeit für die Reisenden relevant. Der Wunsch nach nachhaltigem Urlaub steigt in der Bevölkerung weiter an. Im Januar 2022 möchten 68% der Bevölkerung gerne entweder umweltverträglich oder sozialverträglich reisen. 43% möchten sowohl umwelt- als auch sozialverträglich reisen.

VIR DATEN & FAKTEN 2022

# Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt die Milieus

Allerdings auf ganz unterschiedliche Weise



# Aber was ist mit der Attitude-Behaviour-Gap?

Alle wollen „nachhaltig“ - niemand will mehr dafür ausgeben oder Verhalten ändern



# Und was ist mit den Corona-Nachhol-Effekten?



Wunsch nach Zerstreung und Erlebnis wächst

*„Angesichts der Corona-Pandemie verspüre ich einen großen Freiheitsdrang und freue mich, bei Urlaubsreisen im Jahr 2021 endlich wieder rauszukommen.“*

**2022: 41%**  
**2021: 42%**

*„Angesichts der Corona-Pandemie und der gegen sie ergriffenen Maßnahmen habe ich keine Lust, mich mit Reiseplänen zu beschäftigen.“*

**2022: 31%**  
**2021: 44%**

*„Ich möchte in diesem Jahr unbedingt reisen, sofern es irgendwie geht. Dazu bin ich notfalls auch bereit, in Länder und Regionen zu reisen, die sonst nicht meine erste Wahl wären.“*

**2022: 41%**  
**2021: 33%**

Quelle Reiseanalyse 2022, Post COVID Modul,  
Herausgeber: FUR – Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.



# Alte Muster kommen zurück

Erleben wir die Wiedergeburt des Massentourismus?

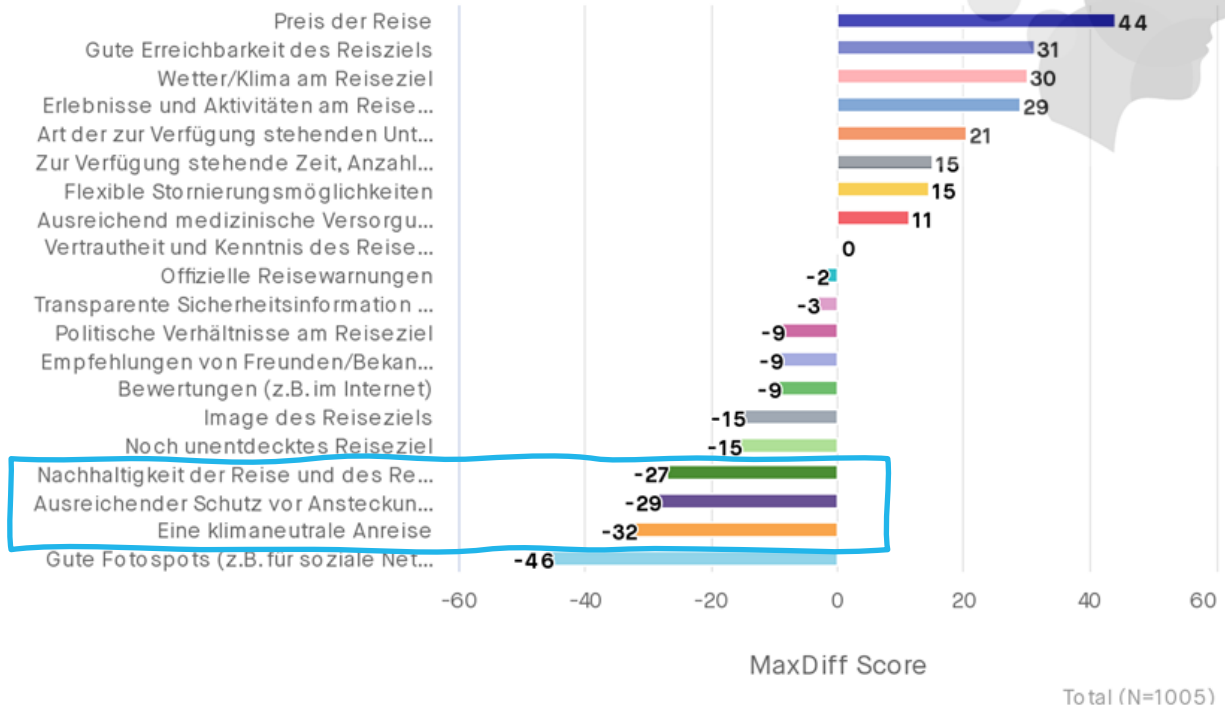
Das Comeback der Preisorientierung: starker Bedeutungszuwachs

2022

- Wetter
- Preis
- Erlebnisse
- Erreichbarkeit
- Schutz vor Ansteckung

© Destinet.de - destinetCHANGE | ReisePuls Deutschland 2023

## Reiseentscheidende Faktoren 2023



Quelle: ReisePuls Deutschland 2023. destinet.de. Befragung: Dezember 2022.

MaxDiff Score is the percentage of how often an item is chosen as best minus the percentage of how often an item is chosen as worst. Positive score: an item is chosen more often as best than as worst. Negative score: an item is chosen more often as worst than as best. The higher the score the more important/preferred the item.

# Klimawandel verändert die Dringlichkeit

Und sorgt für neue Dynamik



# Die Diskussion wird dadurch verkürzt

Denn das große Ganze darf nicht aus dem Blick geraten



02

# Nachhaltigkeit - was bedeutet das noch mal?

Ein Blick auf die Grundlagen



# Woran denken Sie bei „Nachhaltigkeit „spontan?

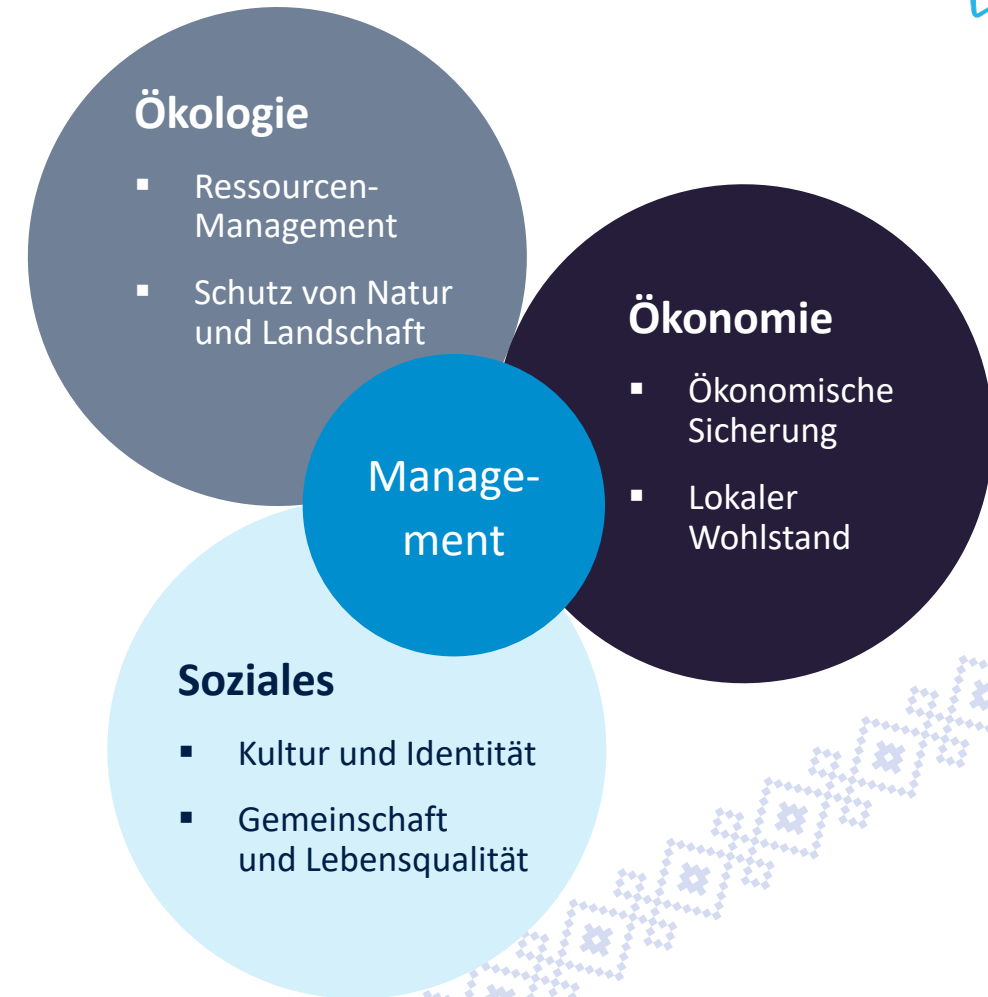
Augen schließen, gedankliche Notiz machen



# Nachhaltigkeit ist mehr als nur „grün“

Denn da steckt mehr dahinter!

- Nachhaltigkeit ist mehr als ein ökologisches Produkt
- Sie bezieht unser komplettes Handeln mit ein, in den Bereichen
  - **Ökologische** Nachhaltigkeit
  - **Ökonomische** Nachhaltigkeit
  - **Soziale** Nachhaltigkeit
- Nur eine **integrierte Betrachtung** ist langfristig vielversprechend!



# Das Thema begleitet uns ...

... schon (sehr) lange

- Sanftes Reisen
- Sanfter Tourismus
- Qualitativer Fremdenverkehr
- Intelligenter Tourismus
- Nachhaltiger Tourismus
- Resilienter Tourismus

Der **Begriff wandelt** sich immer wieder

...die **Kernanliegen** bleiben aber **gleich**



# ...und benötigt dennoch immer neue Gedanken

Denn Rahmenfaktoren ändern sich stetig



## NACHHALTIGE BERGSTEIGERDÖRFER

«Die Infrastruktur ist an der Kapazitätsgrenze», sagt DAV-Sprecher Thomas Bucher. [...] «Die spannende Frage wird sein: Wie machen wir es in Zukunft, dass das alles nicht auf Kosten der Umwelt und der Einheimischen geht.» [...] Der DAV setzt auf Projekte wie die Bergsteigerdörfer mit nachhaltigem Tourismus ohne neue Lifte und Hotelburgen.  
Dobbel, S., GIBBI, C., zugsbuerg-allemeine.de vom 03.10.2019

## RUHE UND ABGESCHIEDENHEIT ALS TREND

Die neue Generation von Reisenden ist stets auf der Suche nach unvergesslichen Erlebnissen. Hotelziele fernab des Massentourismus stehen dabei ganz oben auf ihrer Liste. Das zeigt eine [...] Analyse der Suchdaten auf Hotels.com. [...] Die Daten basieren auf Keywords, die in den Gästebewertungen auf Hotels.com gefunden wurden.  
tophotel.de vom 28.8.2018

## SANFTER TOURISMUS – DORFSCHÖNHEIT

Ramsau im Berchtesgäudener Land sucht seinen eigenen Weg im Tourismus. Statt auf Schneekanonen und Spektakel setzt der Ort auf die Ruhe der Natur, auf Wanderungen und Bergläufe. [...] «Einen schnellen Effekt erwarten weder der Tourismus noch der Bürgermeister, aber eine Basis für die Zukunft.»  
Effem, H., sueddeutsche.de vom 27. 03.2015

## DIE GRÜNE HERAUSFORDERUNG

**GET GREEN OR DIE TRYING!**



## CARSHARING IN BAYERN: VIELE WEGE EIN ZIEL

Carsharing scheint vor allem zum Lebensgefühl von Großstädten zu passen. Stimmt nur zum Teil. Denn auch in kleineren Städten, Stadtteilen und auf dem Land funktioniert das Autoteilen. Allerdings sieht das Angebot dort völlig anders aus. [...] «Wir wollten den Bürgern zeigen, dass moderne Fortbewegungsmittel auch im ländlichen Raum möglich sind.» (Alexandra Weigel, Landratsamt Wunsiedel)  
Brand, C., br.de vom 18.02.2020

## ÖKOLOGIE UND ÖKONOMIE IM EINKLANG

Bayern soll bis 2040 das erste klimaneutrale Bundesland in Deutschland werden. [...] Die Staatsregierung will damit auch schneller sein als der Bund, der sich das Jahr 2050 als Marke vorgenommen hat. [...] Als wichtigste Aufgabe nannte Ministerpräsident Söder, die Klimapläne müssten mit der Konjunktur verzahnt werden. Nur wenn sich Ökologie und Ökonomie ergänzen, könnten die Klimaziele auch bei einer sich abschwächenden Wirtschaft erreicht werden.  
Witt, W., sueddeutsche.de vom 30.07.2019

«Klimawandel ist nicht mehr in der Zukunft, er ist schon da. Wobei das, was wir jetzt erleben, nur ein kleiner Vorgeschmack ist. [...] Wir müssen jetzt radikal umdenken – und davon ist die Branche weit entfernt.» (Stefan Gästling)  
Maler-Albang, M., sueddeutsche.de vom 10.03.2020



# Die globalen Ziele sind definiert

Die Ziele für nachhaltige Entwicklung der vereinten Nationen

## ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



Abbildung: Vereinte Nationen, abrufbar unter <https://17ziele.de/downloads.html>

# Und sie finden sich überall wieder

Für Bund und Länder strategisch übersetzt



03

## Nachhaltigkeit in Bayern

Blick ins Projekt und was es für uns bedeutet



# Müssen wir das Rad jetzt nochmal neu erfinden?

Das haben wir uns im Projekt gefragt



# Ein gemeinsames Verständnis und ein gemeinsamer Weg

Unser übergeordnetes Ziel



# Nachhaltigkeit wird ganz unterschiedlich verstanden

Jede\*r hat ein eigenes Bild vor Augen



# Wir brauchen einen Zugang, der wirklich zu Bayern passt!



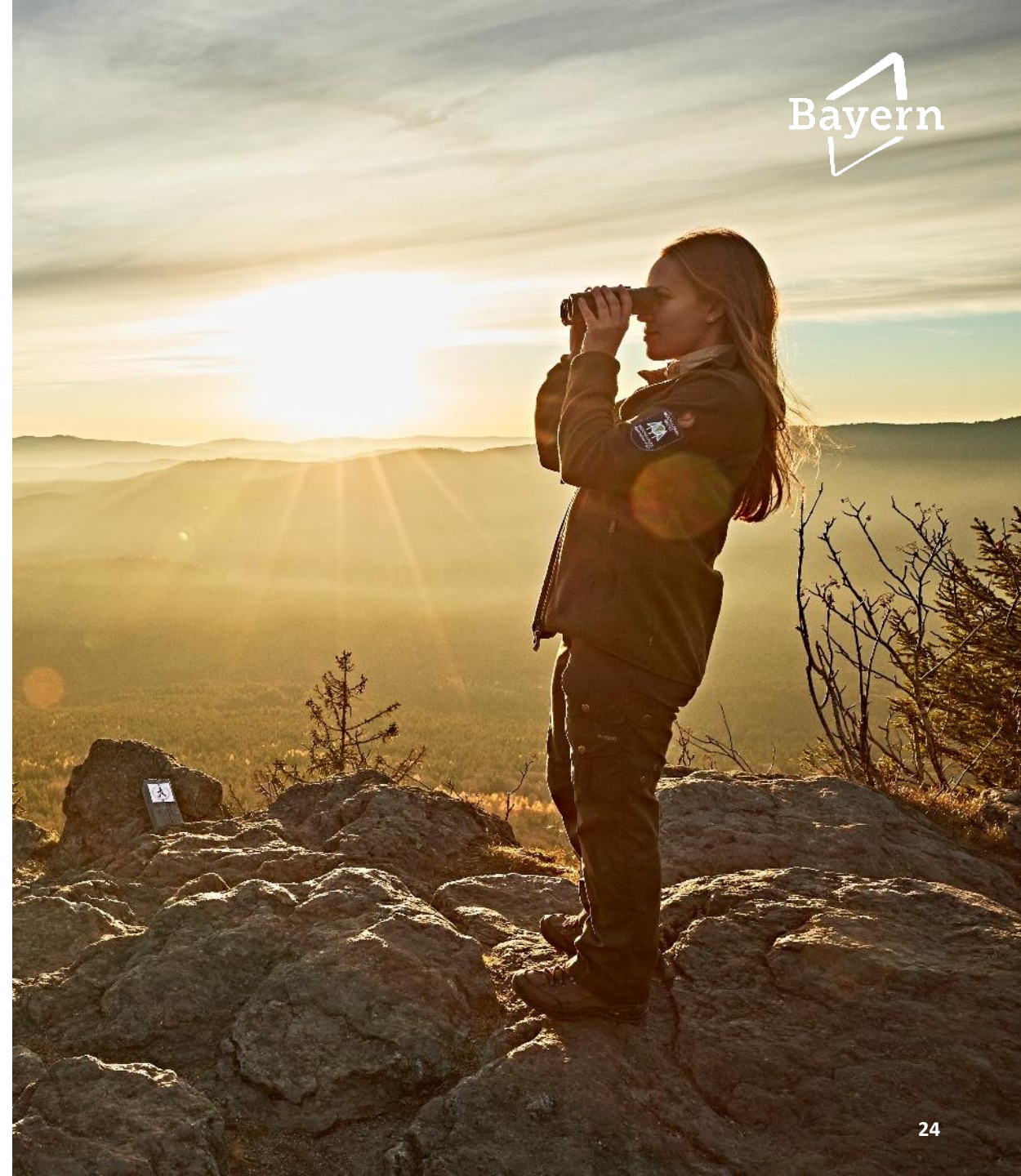
Anstatt eine allgemeingültige Definition



# Unser Verständnis des nachhaltigen Wegs für Bayern

Um Nachhaltigkeit als Chance zu nutzen

- **Soziales** und **Ökonomisches** besser betonen
- Unsere **lebenswerte Heimat** bewahren
- Im **Schulterschluss** mit der lokalen **Politik** agieren
- **Gäste und Einheimische** gleichermaßen in den Blick nehmen
- **Ein gemeinsamer Weg**, bei dem wir zusammenarbeiten und alle Unterstützung erhalten





# Der Tourismus ist aktiver Gestalter dafür!

Selbst Veränderung bewirken anstatt nur zu reagieren



# Zielsystem auf Basis der SDGs

Kein eigenes Meta-Siegel sondern strategischer Handlungsrahmen

## ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



# Vision für nachhaltige Destinationsentwicklung

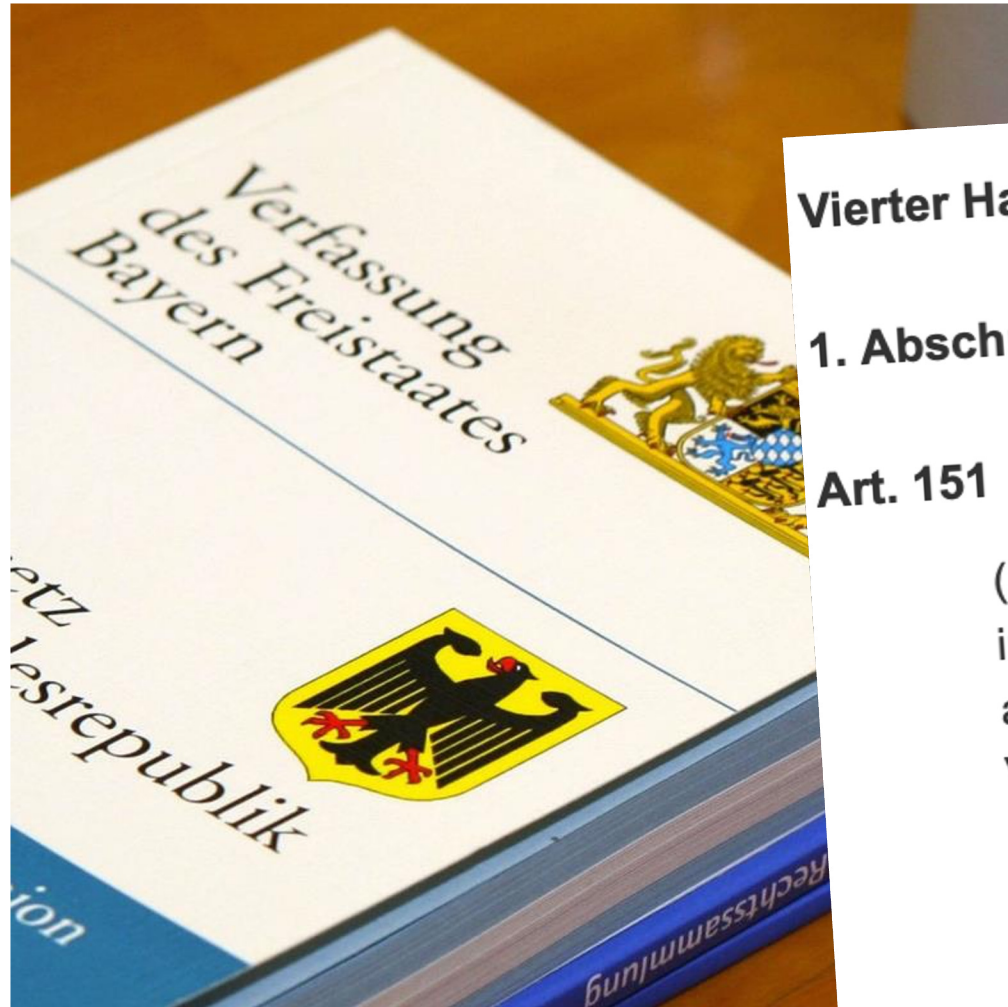
**Wir sind glaubwürdige Zukunfts-  
und Lebensraumgestalter\*innen.**

**Wir übernehmen Verantwortung für das  
Allgemeinwohl in unserer lebenswerten Heimat.  
Damit bewahren wir auch in Zukunft das  
bayerische Lebensgefühl und eine  
hohe Lebensqualität für Einheimische und Gäste.**



# Gemeinwohlorientierung als zentraler Gedanke

Das steht sogar in der Landesverfassung



## Vierter Hauptteil Wirtschaft und Arbeit

### 1. Abschnitt Die Wirtschaftsordnung

#### Art. 151

(1) Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl, insbesondere der Gewährleistung eines menschenwürdigen Dasein alle und der allmählichen Erhöhung der Lebenshaltung aller Volksschichten.

(2) <sup>1</sup>Innerhalb dieser Zwecke gilt Vertragsfreiheit nach Maßgabe der Gesetze. <sup>2</sup>Die Freiheit der Entwicklung persönlicher Entschlußkraft die Freiheit der selbständigen Betätigung des einzelnen in der Wirts wird grundsätzlich anerkannt. <sup>3</sup>Die wirtschaftliche Freiheit des einzelne findet ihre Grenze in der Rücksicht auf den Nächsten und auf die

**Touristische Leistungsträger\*innen und regionale Wirtschaft**

Ausgelagerte, Selbstständige Betriebe, Lieferant\*innen Dienstleister\*innen wie Hotels, Bergbahnen, Bäcker\*innen, Schreinereien

**A1**

Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft

**A2**

Solidarität mit allen Akteur\*innen, die Vision und Werte teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft

**A3**

Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft

**A4**

Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur\*innen untereinander

**Eigentümer\*innen, Entscheidungsgremien und Finanzpartner\*innen**

(Kommunal-)Politik, Fördergeber\*innen, weitere Geldgeber\*innen, Ministerien

**B1**

Ethisches Finanzverhalten – Geld als Mittel, nicht als Ziel

**B2**

Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzgebaren. Wertschätzung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor

**B3**

Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten

**B4**

Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzstrukturen

**Mitarbeiter\*innen**

Angestellte und Ehrenamtliche

**C1**

Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur

**C2**

Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance

**C3**

Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden

**C4**

Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur

**Zielgruppen und Bevölkerung**

Gäste und Einheimische

**D1**

Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen

**D2**

Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische

**D3**

Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums

**D4**

Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums

**Enkel und Nachbarn**

Nachbardestinationen, Künftige Generationen und Natur

**E1**

Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus

**E2**

Solidarität mit Menschen und Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken

**E3**

Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraumes zukünftiger Generationen

**E4**

Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld – auch im Sinn zukünftiger Generationen

# 04



## Was das genau bedeutet

Beispiele einer nachhaltigen DMO in Bayern

# Echte Maßnahmen brauchen Praxisbezug

Erarbeitung der Ansätze mit Tourismusvertreter\*innen Bayerns



# Schauen wir uns das mal aus der Nähe an....

Beispiele einer nachhaltigen DMO in Bayern





# Menschen in Betrieben im Vordergrund

Bei touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft



# Menschen in Betrieben im Vordergrund

Bei touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft

- Transparenz über die **Wertschöpfungskette** gewinnen
- Maßnahmen zur **Menschenwürde fördern**, z. B.
  - Faire Gehälter
  - Faire Preise in der Wertschöpfungskette
  - Vertrauensvolle Zusammenarbeit
- **Kommunikation** gegenüber Reisenden verbessern – damit Wert wirklich geschätzt werden kann



# Platzl Hotel



Das Platzlhotel legt viel Wert auf Mitarbeiter\*innen-Führung und kann Arbeitskräfte besonders lange binden.

PHILOSOPHIE

OFFENE POSITIONEN

BENEFITS & ENTWICKLUNG

VIDEOS

AUSZEICHNUNGEN

KONTAKT

BLOG



**WAS DU KANNST, MACHT  
UNS NOCH BESSER.**

Ankommen in der Platzl-Familie!



# Transparenz und aktive Zusammenarbeit

Mit touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft



# Transparenz und aktive Zusammenarbeit

Mit touristischen Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft

- Aktives Stakeholder-Management
  - Feste Kriterien zur Zusammenarbeit
  - Förderung von Leistungsträger\*innen im Sinne der DMO
- Starke Identität, Marke und Vision
  - Netzwerke bilden
  - Regelmäßige Befragungen
  - Transparente Zielgrößen für DMO-Entwicklung



# Marke Allgäu

Wertebasierte Markenpartnerschaft

A large, stylized white logo of the word "Allgäu" with a registered trademark symbol (®) to its upper right. The logo is set against a blue background that is part of a larger image showing a wooden wall and a blue banner.

Allgäu®

© Allgäu GmbH, Philip Herzhoff

# Verdienst, Arbeitszeit & Gesundheit

Ganzheitlich gestaltetes Umfeld für Mitarbeitende in touristischen Organisationen



# Verdienst, Arbeitszeit & Gesundheit

Ganzheitlich gestaltetes Umfeld für Mitarbeitende in touristischen Organisationen

- Verdienst neu gestalten
  - Transparente Budgets / Anteil Löhne
  - Gemeinsam mit Mitarbeitenden Konditionen bestimmen
- Arbeitszeit sinnhaft und gerecht gestalten
  - Arbeitslast gerecht verteilen, Schutz vor Überlastung
  - Bedürfnisse individuell betrachten
- Handeln im Sinne der Vision ermöglichen
  - Teilnahme am Vereinsleben im Ort
  - Mitarbeitende = Einheimische
- Gesundheit als Faktor für gute Arbeit







## STADTRADELN 2023

Klima schützen, Radverkehr fördern, Lebensqualität steigern und für Gesundheit radeln. Kommunen können sich ab 15. März anmelden, Radelnde ab April.

[Anmeldung für Kommunen](#)



<https://www.stadtradeln.de/home>

# Ökologisches Bewusstsein & Verantwortung

In Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten



# Ökologisches Bewusstsein & Verantwortung

In Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten

## Verständnis für ökologische Themen schaffen

- Was heißt „ökologische Nachhaltigkeit“ für uns?
- Warum ist es wichtig, dass wir uns damit beschäftigen?

## Neue Kriterien

- Nicht nur Übernachtungszahlen im Jahresbericht
- Ökologische Kennzahlen aufnehmen

## Entscheidungsgrundlagen ändern und Handeln ermöglichen

- Neue Parameter für Entscheidungen schaffen
- Ökologisch und Ökonomisch zusammendenken



## DER NACHHALTIGE WEG DER RTG

*Die Regensburg Tourismus GmbH ist die offizielle Tourismusorganisation für die Destination Regensburg. Wir wollen stets mit gutem Beispiel vorangehen. Deswegen bemühen wir uns von Beginn an um Nachhaltigkeit.*



# Öffentlicher Raum = gemeinsamer Raum

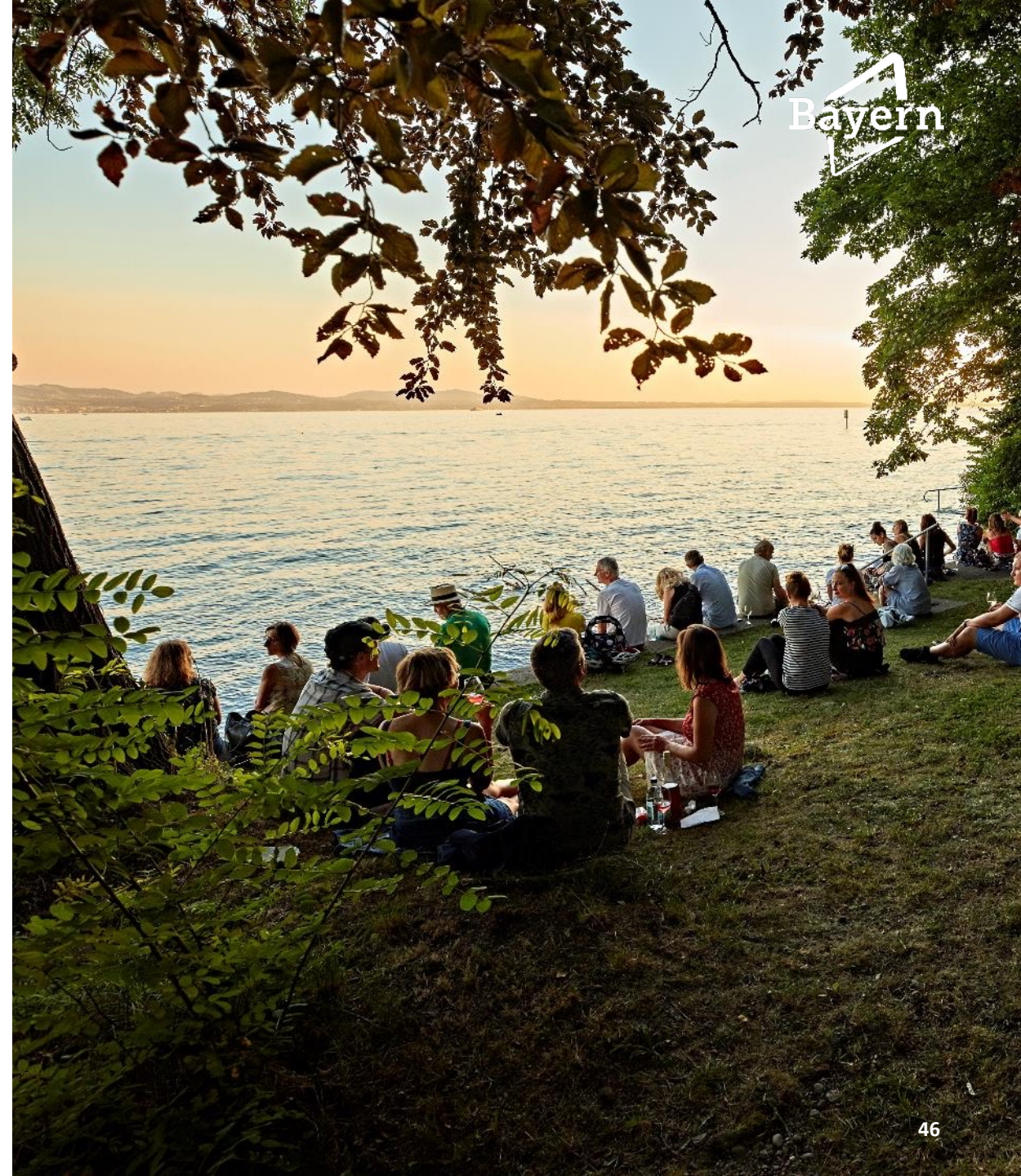
Für Gäste und Einheimische



# Öffentlicher Raum = gemeinsamer Raum

Für Gäste und Einheimische

- **Interessen** über den öffentlichen Raum **verstehen**
  - Welches gefühlte Vorrecht gibt es?
  - Welche Konfliktsituationen müssen moderiert werden?
  - Kommunikation an beide Seiten
- (digitale) Lösungen für **Besuchsmanagement**
  - Ganzheitliche Gestaltung
  - Kommt Menschen vor Ort zugute




# Tölzer Land

Charmant miteinander



*charmant miteinander*



-  BUCHEN
-  SUCHE
-  KARTE
-  MENÜ



## SMART CITY BAMBERG

**GEMEINSAM  
MACHEN WIR  
BAMBERG SMART.**



<https://smartcity.bamberg.de/>



# Ökologisches Verhalten fördern

Bei Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft



# Ökologisches Verhalten fördern

Bei Leistungsträger\*innen und regionaler Wirtschaft

- **Gebäude und Energie**
  - Ökologisch und energetisch bauen
  - Nachhaltige Energie einkaufen bzw. erzeugen
- **Wareneinsatz und Müll**
  - Kurze Lieferketten
  - Saisonale Gerichte
  - Müll vermeiden
- **Produktgestaltung**
  - Gäste für ökologisches Handeln sensibilisieren



# Ökologische Gestaltung touristischer Erlebnisse

Für ein unbeschwertes und faires Reiseerlebnis



# Ökologische Gestaltung touristischer Erlebnisse

Für ein unbeschwertes und faires Reiseerlebnis

- Angebote ökologisch machen anstatt Gästen Entscheidung zu überlassen
- Mobilität
  - Anreise mit ÖPNV
  - Ökologische Fortbewegung vor Ort
  - Gästekarten mit integriertem ÖPNV
- Umweltbildung als Erlebnis
- Besucher\*innenlenkung
  - Digital-analog gestalten
  - Auch soziale und ökonomische Faktoren berücksichtigen





10% Rabatt auf die Übernachtung bei Bahnreise

## Ohne Auto da? Das belohnen wir!

### Climate Rate für eine grüne Anreise

Wusstest Du, dass der meiste CO2-Verbrauch bei der Anreise in den Urlaub erfolgt?  
Dem wollen wir entgegenwirken und belohnen ab sofort all diejenigen, die mit dem Bus, Zug oder Fahrrad anreisen. Cool, oder?

### Und so geht's:

Du buchst die **Climate Rate**, reist mit dem Zug an, zeigst uns bei Anreise Dein **gültiges Bahnticket** für den heutigen Tag und schon kann der Urlaub losgehen :-)

**Die Climate Rate ist immer automatisch 10% günstiger als die Special Rate.**

Vor Ort übernachtet Du im CO2-neutralen Explorer Hotel - wie das geht? Alle Explorer Hotels sind **Passivhaus-Hotels** und in ihrer Bauweise so konzipiert, dass sehr wenig Energie benötigt wird. Dich interessiert das Thema? Dann klick Dich gleich hier rein.

Klimaneutral übernachten

Die neue Climate Rate ist 10% günstiger als der normale Preis. Einzige Voraussetzung? Du brauchst ein gültiges Bahnticket für den Anreisetag von Deinem Heimatort - oder Du reist einfach gleich mit dem Fahrrad an ;-)

### Urlaub ohne Auto

Viele Regionen bieten ein tolles ÖPNV Netz oder Alternativen wie z.B. ein Ruf-Sammeltaxi. Wusstest Du, dass Hinterstoder und Berchtesgaden zu den Alpine Pearls gehören?

Mehr dazu

<https://www.explorer-hotels.com/angebote/climate-rate/>

# Nachhaltigkeit = Zukunfts- und Lebensraum gestalten!

...und das hat viele Facetten



# Nachhaltigkeit = Zukunfts- und Lebensraum gestalten!



Mit der Matrix für nachhaltige Destinationsentwicklung der BayTM



[Unsere Themen](#) [Unser Weg](#) [Unser Angebot](#) [Materialien](#) [Presse](#) [Aus dem Team](#)



## Matrix für nachhaltige Destinationsentwicklung

Menschenwürde

Solidarität und  
Gerechtigkeit

Ökologische  
Nachhaltigkeit

Transparenz und  
Mitentscheidung

Touristische  
Leistungsträger\*innen  
und regionale  
Wirtschaft



**A1**  
Förderung von  
Grundrechten und  
Menschenwürde bei



SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT

**A2**  
Solidarität mit allen  
Akteur\*innen. die Vision



ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

**A3**  
Förderung von  
ökoloaischem Verhalten



TRANSPARENZ UND  
MITENTSCHEIDUNG

**A4**  
Transparenz und aktive

05



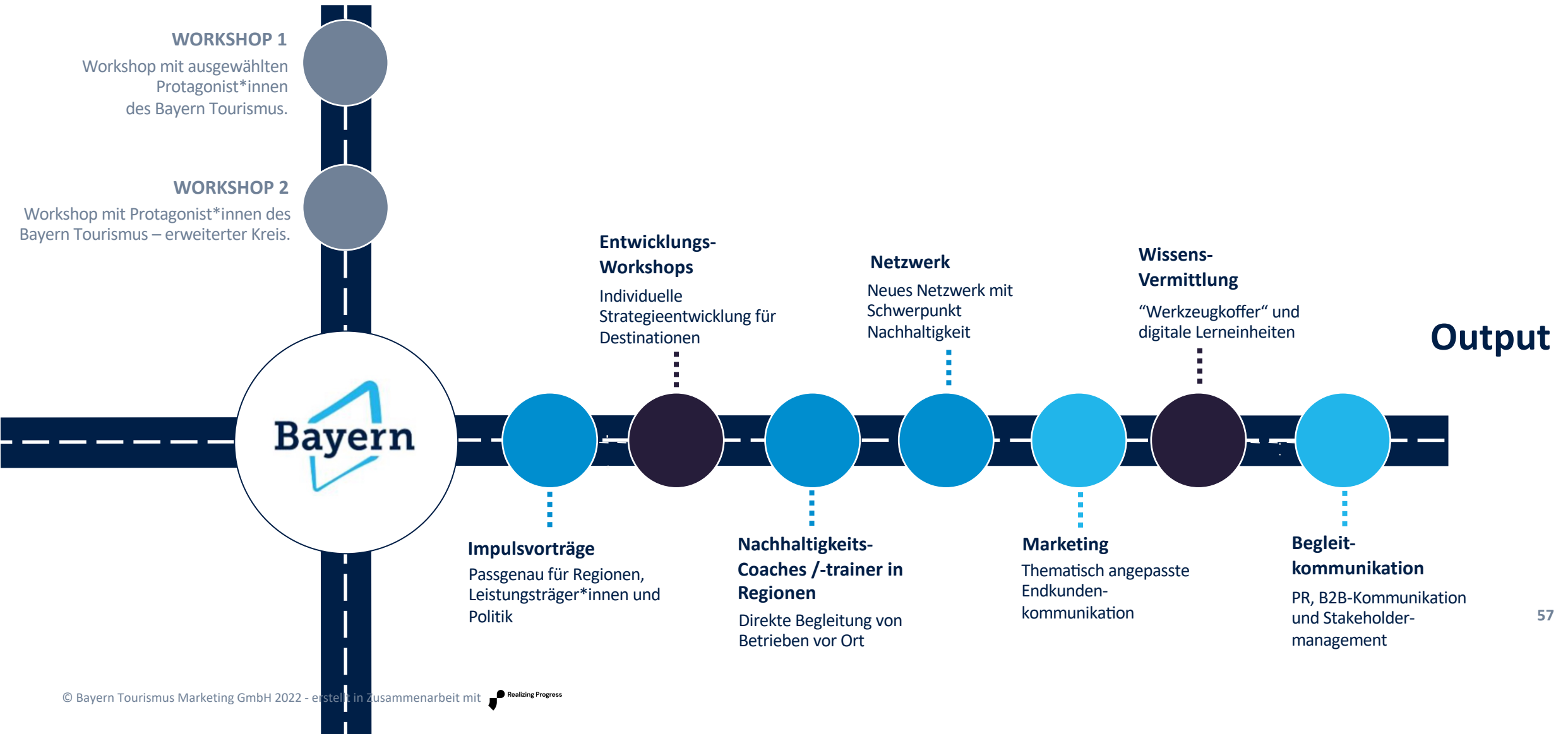
## Ausblick

So geht es weiter



# Roadmap

So gehen wir die nachhaltige Destinationsentwicklung in Bayern an



# Nachhaltige Destinationsentwicklung - Handbuch



[Zum Download](#)



Zum Informieren,  
Inspirieren und Arbeiten



## Die Matrix Feld für Feld

Kapitel 03

Hier stellen wir dir die einzelnen Felder der Matrix vor. Du bekommst zu jedem Feld grundlegende Informationen, außerdem stellen wir dir einige Fragen, mit denen du dich im Zusammenhang mit dem jeweiligen Feld beschäftigen kannst.

Darüber hinaus greifbar wird, was in der Praxis getan werden kann. Folgen wir unserer fiktiven Beispielsituationen (Exemplarhäusern) auf dem Weg zur nachhaltigen Destinationsentwicklung (DIE) zu Feld. Die Matrix bei jedem Matrix-Feld einen hervorgehobenen Bereich, den du als Symbol erkennst. Bei jedem Feld findest du Platz für deine Notizen und den Link zu einer Vorlage, die du ausdrucken oder am Computer ausfüllen kannst. Mit einem weiteren Link kommst du zum jeweiligen Feld auf unserer Website für nachhaltige Destinationsentwicklung. Dort findest du Beispiele von Unternehmen und Organisationen, die bereits seine Einträge vorweisen können.

[Zur Bestellung eines  
physischen Exemplars](#)



# Netzwerktreffen Nachhaltige Destinationsentwicklung

Live in Straubing



Dienstag, den 05.12.2023



Praxis-Check ✓



Workshops



[Gleich hier anmelden](#)

Treffen Sie Ihre Kolleg\*innen aus Bayern und nutzen Sie den Netzwerkaustausch!



[Weitere Veranstaltungen der BayTM](#)



# Train the Trainer

## E-Learning Einheit

- **Was?**  
Werden Sie Expert\*in im Umgang mit der Matrix zur Nachhaltigen Destinationsentwicklung
- **Wer?**  
Tourismusakteur\*innen im bayerischen Tourismus (insbesondere aus DMOs), Tourismusverantwortliche zum Thema Nachhaltige Destinationsentwicklung
- **Wo?**  
Bald als E-Learning auf [tourismuswissen.bayern](https://tourismuswissen.bayern)

online

[Zu unserer E-Learning Plattform](#)





# Zusammengefasst

Das Wichtigste auf einen Blick

# Zusammengefasst

5 zentrale Punkte aus dem heutigen Impuls

- 1 Nachhaltigkeit ist ein **integrierter Ansatz**, der **ökologische**, **ökonomische** und **soziale** Aspekte vereint.
- 2 Wir verstehen uns als **glaubwürdige Zukunfts- und Lebensraumgestalter\*innen**.
- 3 Dafür übernehmen wir **Verantwortung** im Sinne des **Allgemeinwohls**.
- 4 Nachhaltigkeit ist die **Chance**, das **bayerische Lebensgefühl** und die hohe **Lebensqualität** zu bewahren.
- 5 **Zusammenarbeit, Netzwerke** und **Wissensaustausch** sind unser Weg, um die Vision zur Wirklichkeit werden zu lassen.



# Ihre Fragen und Gedanken, bitte!



# Vielen Dank.

Bayern Tourismus Marketing GmbH

Arabellastraße 17

81925 München

089 21 23 97 - 0

[tourismus@bayern.info](mailto:tourismus@bayern.info)



[erlebe.bayern](https://erlebe.bayern) | [tourismus.bayern](https://tourismus.bayern)