

Tourismus für die Region
.....
10 Punkte-Programm

Tourismus für die Region

- 240 Milliarden Euro Umsatz pro Jahr in Deutschland durch den Tourismus
- Tendenz steigend
- Grüne Tourismuspolitik ist Querschnittsaufgabe und keine Empfehlung für einzelne Urlaubsformen
- Endogene Potenziale werden in den Regionen durch die Regionen erkannt
- Dennoch Bundesebene gefragt:
 - Durchsetzung von EU-Recht
 - Bund-Länder-Koordinierung
 - Politikfelder mit Bundeskompetenz, die Tourismus betreffen

Berlin, 02.12.2011

Uns geht's ums Ganze.
www.gruene-bundestag.de



Regional ist erste Wahl

Problem

Regional ist erste Wahl

- Herausforderungen:
 - Demographischer Wandel,
 - schwieriger Erreichbarkeit,
 - Verlust von Kaufkraft
- Stärken:
 - Lebensqualität
 - intakte Natur
- Tourismus kann Beitrag *für* die Region – und nicht nur *in* der Region – leisten
- Derzeit nahezu überall nicht der Fall!

Regional ist erste Wahl

Grünes Ziel/ Lösungsweg

Regional ist erste Wahl

- Energie einsparen und selber erzeugen
- regionaltypische Architektur und regionale Baustoffe
- Einkommensdiversifizierung in der Landwirtschaft

Gewinn für die Region

- Attraktivitätssteigerung
- mehr Qualität durch ökologische und regionale Produkte,
- mehr Arbeit für regionales Handwerk
- bei regionalen Wirtschaftskreisläufen und Wertschöpfungsketten erhöhte Kaufkraft plus Impuls durch Reisende

Regional ist erste Wahl

Grüne Maßnahmen

Regional ist erste Wahl

- Förderung des Ökolandbaus,
- Förderung der energetischen Gebäudesanierung und
- Förderung von erneuerbaren Energien
- Regionalmanager und eine gezielte Clusterförderung können Synergie zwischen Regionalentwicklung und Tourismus erheblich verstärken
- Diese Punkte setzen wichtige Impulse für die Zukunftsfähigkeit der Branche

Regional ist erste Wahl

Best-Practice-Beispiel 1

Regional ist erste Wahl

„Restaurant sucht Bauernhof“

- Datenbank führt Gastronom und Bauernhof zusammen
- Trend einer steigenden Nachfrage nach regionalen Produkten und regionaler Küche.
- Stärkung regionaler Netzwerke und Wirtschaftskreisläufe
- Steigerung von Qualität und Genuss
- Urlauber lernt regionaltypische Produkte und Speisen kennen – bei Erfolg Kundenbindung.

Regional ist erste Wahl

Best-Practice-Beispiel 2

Das Hotel Gutshaus Stellhagen



Der Gutshaus-Laden



Regional ist erste Wahl

Hotel Gutshaus Stellshagen

- Bio- und Gesundheitshotel
- Natürliche Baustoffe und Wohnmaterialien,
- regionale und ökologische Produkte in Hotel und Gastronomie
- Gemüse aus eigenem Bioanbau (Bioland) und hauseigene Bäckerei.
- Ansonsten strukturschwache Region profitiert von vielen nachhaltigen Betrieben in einem starken Unternehmen
- Auslastung liegt bei 80 bis 90 Prozent

Tourismus elektrisiert

Problem

Tourismus elektrisiert

- Großteil des ökologischen Fußabdrucks bei An- und Abreise
- Verkehrsmittel eingeschränkt wählbar
- Ansteigende Emissionen v.a. durch Flug- und Individualverkehr
- Bahn liegt voll im Trend (2,35 Mrd. Fahrgäste/Jahr)
- Fernbus geringste CO₂-Emission
- Zentrales Problem: „letzte Meile“ und Mobilität vor Ort

Tourismus elektrisiert

Grünes Ziel/ Lösungsweg

Tourismus elektrisiert

- Integrierte und intelligente Mobilitätskonzepte – für mehr Verbraucherfreundlichkeit und weniger Emissionen!
- So lässt sich auch das Problem der letzten Meile beheben.
 - Lösungen für den Gepäcktransport wie ein Haus-zu-Hotel-Gepäckservice
 - Kombination von Bahn- und Busverkehr
 - Flexibilisierung bei der Nutzung von Fahrzeugen (z.B. car-sharing)

Tourismus elektrisiert

Grünes Ziel/ Lösungsweg

Tourismus elektrisiert

- kreative Lösungen von Destination und Wirtschaft gefragt
 - „Car2go“ oder „DriveNow“
 - VCD Deutschland und BAG Urlaub auf dem Bauernhof zur autofreien Anreise
- Langfristig eine Kombination aus Verkehrsinfrastrukturmaßnahmen und markttauglichen Angeboten notwendig.
- kostengünstige Bereitstellung von Elektroautos und Elektrofahrrädern
- Der lokale Handel träte als Vermarkter in Erscheinung, würde ebenfalls profitieren

Tourismus elektrisiert

Grüne Maßnahmen

Tourismus elektrisiert

- Änderung des PBefG
- Hochwertigen Schienenfernverkehr durch Fernverkehrssicherstellungsgesetz in der Fläche sichern
- Projekte zur Elektromobilität von Wirtschaft in Zusammenarbeit mit den Kommunen und Ländern
- Anreize im Reisekostenrecht, um Flottenparks von Unternehmen für Geschäftsreisen auf emissionsarme oder -freie Modelle umzustellen

Tourismus elektrisiert

Best-Practice-Beispiel

Tourismus elektrisiert

Gemeinde Werfenweng

- Gemeinde Werfenweng im Salzburger Land in Österreich Mitglied im Tourismusverbund Alpine Pearls
- bietet Gästen, die mit der Bahn anreisen einen kostenlosen Shuttleservice vom und zum Bahnhof und die kostenlose Ausleihe von umweltfreundlichen Fahrzeugen (u.a. Elektroautos)
- Für Ausflüge ins nahe Salzburg stehen auch spezielle Bustransfers zur Verfügung
- Destination generiert damit einen Mehrwert für den Kunden und die Destination

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

.....
Problem

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

- Energieverbrauch in Gebäuden trägt in erheblichem Maße zum Klimawandel bei
- Hotels, Freizeitparks uvm. große Gebäudeoberfläche und Flächeninanspruchnahme
- dafür prädestiniert, Energieeffizienz und Energieautarkie vorzuleben
- subsistentes Interesse an einer intakten Natur ebenso wie die Reduzierung eigener Betriebskosten
- Eigene Maßnahmen bislang oft in Mülltrennung und Handtuchsparen erschöpft
- Erst seit kurzem Bewusstsein für diesen ökonomisch-ökologischen Trend

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

.....
Grünes Ziel/ Lösungsweg

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

- Emissionsarme und ressourchenschonder Tourismus, der international in Sachen Energieeffizienz Maßstäbe setzt
- Durch vergleichsweise geringen Aufwand oder eine Verhaltensänderung in den Betriebsabläufen Erfolge, die sich ökonomisch und ökologisch auszahlen
 - Investitionen wie der Einbau von Durchflussbegrenzern für Wasser,
 - Bewegungsmelder für die Beleuchtung
 - Umstellung auf LED-Spots
- Eigene, dezentrale Energieversorgung durch PV-Anlagen etc.

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

Grüne Maßnahmen

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

- Tourismus aktiv in eine klare Effizienzstrategie einbeziehen
- Betriebe fördern und fordern
- Bewährte Förderprogramme wie das Marktanzreizprogramm für erneuerbare Energien im Wärmebereich wollen wir weiterführen, verstetigen und zielgruppenspezifisch ausrichten

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

Best-Practice-Beispiel 1

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

Steigenberger Hotel Berlin

- Ziel des Hotels, eine mit CO₂-neutraler Energiebilanz erbrachte Dienstleistung anzubieten
- Heute regenerative Fernwärme aus 100 Prozent nachwachsenden Rohstoffen
- 16 Tonnen Wertstofftrennung
- Wassersparteknik
- biologisches Frühstück
- Einsparungen aller Lampen auf LED Technik, bei Wasser und Wertstoffen 163.000 Euro jährlich
- Berliner Umweltpreis des BUND 2010

Grüne Energie für Ressourceneffizienz

Louvre-Pyramiden

- Nicht nur Privatwirtschaft muss einen Beitrag leisten
- Auch Kommunen können und müssen das
- Eine der bekanntesten touristischen Attraktionen macht das nun und spart damit drei Viertel des Stromverbrauchs ein.
- Der Louvre in Paris setzt in der Vorweihnachtszeit auf energiesparende Led-Beleuchtung
- Schrittweise bis 2013 folgen auch die anderen Louvre-Gebäude mit solchen Leuchtdioden

Investitionsstau beheben:
Fördern und fordern
im Tourismus

.....
Problem

Fördern und fordern im Tourismus

- Die Mehrwertsteuerreduzierung war politische Fehlentscheidung
 - weder ökologigische noch soziale Lenkungswirkung
- Investitionsstau weiterhin ein Problem
- Die Eigenkapitalquote vieler Hoteliers ist gering bei durchschnittlich 2,8 Prozent
- Nötige Investitionen beispielsweise in energetische Sanierung können damit oft nicht getätigt werden

Investitionsstau beheben:
Fördern und fordern
im Tourismus

.....
Grünes Ziel

Fördern und fordern im Tourismus

- Förderprogramme und zinsgünstige Darlehen sollen unterstützen
- EFRE, GRW und das ERP-Sondervermögen müssen mittel- und langfristig verstetigt werden
- Grüner Energiesparfonds von 3 Milliarden Euro jährlich (gespeist aus dem Abbau umweltschädlicher Subventionen)
- Daraus auch stromsparende Maßnahmen für die Wirtschaft
- Damit langfristige Planungsmöglichkeit zum energetisch Sanieren

Investitionsstau beheben:
Fördern und fordern
im Tourismus

.....
Grünes Ziel

Fördern und fordern im Tourismus

- In der Wirtschaftsförderung selten sektorale Ansätze
- Viele Hoteliers deshalb keinen Überblick über mögliche Unterstützungen
- In Deutschland kaum Bankfachangestellte, die auf touristische Dienstleistungen spezialisiert sind
- Keine spezifische Beratung zu Krediten oder Geschäftsplänen für Tourismusprojekte
- Aber: auch der Beitrag der Branche Energie und Emissionen einzusparen, muss größer werden

Investitionsstau beheben:
Fördern und fordern
im Tourismus

.....
Grüne Maßnahmen

Fördern und fordern im Tourismus

- finanzielle Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft verbessern
- Geeignete Instrumente
 - Verstärkung von geeigneten Finanzierungsinstrumenten sowie
 - Schaffung einer transparenten Angebotsstruktur
 - Tourismusexpertise innerhalb der regionalen Banken
 - bedarfsspezifische Angebote
 - Schulungsprogramme der KfW auch mit tourismusspezifischen Belangen und Informationen zu Förderprogrammen

Investitionsstau beheben:
Fördern und fordern
im Tourismus

.....
Best-Practice-Beispiel

Fördern und fordern im Tourismus

Tourismusbank GmbH (ÖHT)

- Eigentümer die drei größten, österreichischen Bankinstitute
- ÖHT Spezialbank zur Finanzierung und Förderung von Investitionen im Tourismus
- Für die Banken mit spezialisierter Tourismusberatung bedeutet dies einen komparativen Vorteil
- Für die Unternehmen eine Stelle, bei der sie spezifisches know-how und den Anforderungen entsprechende Produkte finden
- Somit steigen auch die Investitionen und die Produktqualität in der Destination

Arbeitsbedingungen verbessern

.....
Problem

Arbeitsbedingungen verbessern

- Tourismus und Gastgewerbe Sorgenkind
- Lohn unterdurchschnittlich
- ALG II-Bezieher überdurchschnittlich
- Schwarzarbeit großes Problem
- Ausbildung zu Hotel- und Restaurantfachmann/frau auf den letzten beiden Plätze bei den 25 bedeutendsten Ausbildungsberufen
 - harte Arbeit
 - viele Überstunden/ fehlender Freizeitausgleich
 - hoher Druck ohne fachliche Anleitung
- hohe Abbrecherquote

Arbeitsbedingungen verbessern

Grünes Ziel

Arbeitsbedingungen verbessern

- Berufe in der Tourismusbranche müssen attraktiver werden
- Jeder muss von seiner Arbeit leben können
- Schwarzarbeit muss eingedämmt werden
 - Urlaubsanspruch und Freizeitausgleich müssen gewährt werden
 - Lohnfortzahlung bei Krankheit gewähren
- Normalarbeitsverhältnisse müssen gestärkt werden

Arbeitsbedingungen verbessern

Grüne Maßnahmen

Arbeitsbedingungen verbessern

- stärkere Sanktionierung durch Gewerbeaufsichtsämter bei Nichteinhalten des Arbeitsschutzes
- Flexibilisierung des Jugendarbeitsschutzgesetz ablehnen
- Reform des Teilzeit- und Befristungsgesetz
- Reform von Minijobs
- schärfere Finanzkontrolle im Hinblick auf Schwarzarbeit

Reisende in den Fokus

Problem

Reisende in den Fokus

- Bereiche, dass gerade beim Reisen Verbraucherschutz notwendig ist:
 - Qualität der Unterkunft,
 - Verlässlichkeit der Verkehrsmittel,
 - Verwirrung bei Preisangaben im Internet
 - Kluft zwischen beworbenem Produkt und tatsächlichem Angebot
- Eindeutiger, verlässlicher und transparenter Rechtsrahmen notwendig
- Außerdem unabhängige Informationspolitik und schnelle Beratung im Streitfall zwischen Reisenden und Unternehmen erforderlich

Reisende in den Fokus

Grünes Ziel

Reisende in den Fokus

- Reisende müssen in den Fokus rücken
- bislang waren es oftmals unternehmens- oder industriebezogene Interessen
- Wir Grüne wollen den Reisenden bei Ihren Beschwerden helfen
- Ein niedrighschwelliges Angebot durch eine dezentrale Anlaufstelle an zentralen Punkten als Ansatz, den Reisenden sofort und im unmittelbaren Konflikt zu beraten
- Dadurch auch mehr Druck auf Unternehmen, sich einvernehmlich zu einigen
- Gleichzeitig steigt die Qualität

Reisende in den Fokus

Grüne Maßnahmen

Reisende in den Fokus

- Einbindung aller Verkehrsträger in die privat finanzierte Schlichtungsstelle
- Verkehrsträgerübergreifende, unabhängige, dezentrale Anlaufstellen für Reisende – unabhängig ob Pauschal- oder Individualreise –, die
 - über Rechte aufklären,
 - im Konfliktfall kostenlos hilft und
 - den Streit einvernehmlich beilegt.
 - Augenhöhe zwischen Reisende und Reiseveranstalter herstellen
- Bestehende Institutionen für dezentrale Strukturen nutzen (i-Punkte etc.)
- Personal entsprechend schulen

Reisende in den Fokus

Schlichtungsstelle Öffentlicher Personenverkehr (SÖP)

- Kernaufgabe ist die außergerichtliche und einvernehmliche Streitbeilegung in individuellen Streitfällen
- Nahezu alle Bahnunternehmen und auch Nahverkehrsanbieter, wie z.B. die BVG, erkennen die Vorteile
- Flugunternehmen weigern sich
- Bedarf einer außergerichtlichen Schlichtung für Flugpassagiere dringend
- Schlichtungsquote über 90 Prozent

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

.....
Problem

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

- Fehlende Barrierefreiheit ist ein Wettbewerbsnachteil.
- für etwa 10 Prozent der Bevölkerung eine barrierefrei zugängliche Umwelt zwingend erforderlich
- für etwa 30 bis 40 Prozent notwendig (entspricht etwa 25 Mio. Menschen)
- für 100 Prozent komfortabel
- Nützt nicht nur, ist auch per GG vorgeschrieben
- Demografisch bedingt wird die Zahl der Unterstützungsbedürftigen weiter zunehmen
- Barrierefreiheit muss umfassend gedacht werden – von allen Beteiligten

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

Grünes Ziel

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

- Die Zahl der Urlaubsreisenden zwischen 65 bis 75 Jahren wird bis 2020 um 40 Prozent zunehmen
- In dieser Reisegruppe besonders hoher Anteil an Deutschlandreisen (41,2 % ⇔ 30,5 %) festzustellen
- keine vernachlässigbare Marktnische
- bis zu 5 Milliarden Euro zusätzliche Einnahmen in der Tourismusbranche sowie zusätzliche 90.000 Arbeitsplätze
- Tipps für Maßnahmen und Informationen zum barrierefreien Tourismus bietet die NatKo

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

Grüne Maßnahmen

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

- Die Beibehaltung der NatKo ist wesentlich für das Ziel der Barrierefreiheit im Tourismus
- KfW-Programm zur Barrierefreiheit bzw. Altersgerecht Umbauen auf hohem Niveau stabilisieren
- Gezielte Vermarktung über die Hausbanken für Umsatzsteigerung und Gewinn für das regionale Handwerk
- National und regional die Chancen und für weitere Informations- und Beratungsangebote fördern, um barrierefreien Tourismus als weiteres Qualitätsmerkmal auszubauen

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

Best-Practice-Beispiel

Wachstumsmärkte barrierefrei nutzen

Piktogramme, Checklisten und Vermarktung barrierefreier Angebote in Brandenburg

- Im Jahr 2008 Verständigung von Stakeholdern aus Tourismus auf Rahmenbedingungen und Erhebungsbögen, mit denen barrierefreie Angebote in Brandenburg erfasst werden
- Piktogramme für fünf Gästegruppen
- Teil der Erhebungsbögen orientiert sich an der Zielvereinbarung der DEHOGA
- Piktogramme werden für alle touristischen Angebote vergeben, die von einem geschulten Datenerheber geprüft wurden
- Anschließend unter www.reiseland-brandenburg.de und www.barrierefrei-brandenburg.de/index.php?id=42 vermarktet

Natur schützt Tourismus
und grüner
Tourismus die Natur

Problem

Natur schützt Tourismus und grüner Tourismus die Natur

- Tourismus wie kein anderer Bereich auf eine intakte Umwelt angewiesen
- Auch bei konventionellen Reisen muss ein Beitrag geleistet werden
- Immer mehr Urlauber achten bei ihrer Reise Natur und Kultur ihres Reiseziels zu erhalten
- Deutsche Nationalparks werden jährlich von über 50 Millionen Menschen besucht
- Konkret bedeutet das Schätzungen zufolge ein zusätzliches Umsatzpotential von 4,5 Milliarden Euro jährlich
- Damit steigt die Bedeutung naturnaher Wirtschaftsformen und der Biodiversität

Natur schützt Tourismus
und grüner
Tourismus die Natur

Grünes Ziel

Natur schützt Tourismus und grüner Tourismus die Natur

- Biodiversität im Tourismus geht dementsprechend über ökologische Aspekte hinaus und ist Teil unserer Gesamtstrategie
- Tourismus soll nach CBD positiv auf Ökosystem, Ökonomie und gesellschaftliche Entwicklung wirken
- Dafür ist es wesentlich, dass der Tourismus einen Beitrag *für* die Region und nicht nur *in* der Region leistet.
- Umsätze kommen der Region und der heimischen Wirtschaft zugute
- Bewusstsein für die eigene Existenzgrundlage der Region und des Tourismus – die intakte Natur

Natur schützt Tourismus
und grüner
Tourismus die Natur

.....
Grüne Maßnahmen

Natur schützt Tourismus und grüner Tourismus die Natur

- Förderung vom nachhaltigen Tourismus durch Bundesmittel zur Leistungssteigerung im Tourismus
- Tourismus profitiert von den Bemühungen im Bereich Umweltschutz, Waldpolitik, Gewässerschutz usw.
- Eigener Beitrag:
 - auf lokale Anforderungen eingehen
 - klimaneutrale Reiseangebote
 - regionale Küche anbieten
 - regionale Bauweise und -stoffe

Natur schützt Tourismus
und grüner
Tourismus die Natur

.....
Best-Practice-Beispiel

Natur schützt Tourismus und grüner Tourismus die Natur

„Fahrtziel Natur“

- Kooperation zwischen der DB, VCD, NABU und BUND
- „Fahrtziel Natur“-Angebot ermuntert Urlauber, CO₂-frei in den Urlaub zu starten
- Erhöhte Nachfrage und Aufmerksamkeit die Infrastruktur vor Ort
- Während der Tourist sich über ein einmaliges Naturerlebnis und sein reines Gewissen freuen kann, freut sich der Gastgeber über die zahlreichen Besucher
- Denn das Projekt kommt gut an

**Grenzenlos Grün –
gegen Kirchturmdenken,
für Interregionalität**
.....

Problem

Grenzenlos Grün

- Administrative Verwaltungsstrukturen behindern grenzüberschreitende Vermarktung
- schlecht für einzelne Destination, aber auch das Reiseland Deutschland
- Gerade für ländliche Räume ist überregionales Marketing von entscheidender Bedeutung
- Fehlende Erfassung von Kleinbetrieben in amtlichen Statistiken zu kämpfen
- Konsequenzen in der Vermarktung
- Trends nicht erkennbar
- Wenige, gut ausgeprägte Internetpräsenzen von KMU

**Grenzenlos Grün –
gegen Kirchturmdenken,
für Interregionalität**
.....
Grünes Ziel/ Lösungsweg

Grenzenlos Grün

- Interkommunale und interregionale Kooperation stärken den Tourismus im ländlichen Raum
- Vermarktung muss auch der regionalen Vielfalt gerecht werden
- Kooperationsmodell zwischen HH und S-H zur Tourismusvermarktung positiv
- bundesweite, themenspezifische Modelle, wie zum Beispiel von Landsichten, für Urlaub auf dem Bauernhof ebenfalls positiv
- vorhandene EU-Fördermittel entsprechend einsetzen

**Grenzenlos Grün –
gegen Kirchturmdenken,
für Interregionalität**
.....
Grüne Maßnahmen

Grenzenlos Grün

- stichprobenartige Erhebungen von Kleinbetrieben durch die statistischen Ämter
- Potenziale im Inlandstourismus durch DZT und interregionale Kooperationsformen ausgeschöpft
- Einsetzen von EU-Fördermitteln für Vermarktungsplattformen oder Schulungen für Unternehmen im Bereich des Web 2.0
- Regionalspezifische Angebote bei der Vermarktung in den Vordergrund

Grenzenlos Grün –
gegen Kirchturmdenken,
für Interregionalität
.....

Best-Practice-Beispiel

Grenzenlos Grün

Beispiel: Großregion

- März 2009 - Februar 2014: Aufbau von einem transnationalen Marketingkonzepts für Tourismus in der Großregion
- Ziel: gemeinsames Tourismusmarketing, Bekanntheit der Großregion und Binnentourismus stärken
- Chancen in kulturelle Vielfalt in den verschiedenen Ländern, UNESCO-Weltkulturstätten, Kulinarik, regionalen Spezialitäten
- Trotz sehr unterschiedlicher Ziele innerhalb der Großregion i.d.R. in Tagesfahrten erreichbar

Grüne Qualität im Tourismus zertifizieren

.....
Problem

Grüne Qualität zertifizieren

- lange Wertschöpfungskette beim Reisen
- Herausforderung Nachhaltigkeit nachzuweisen
- können erheblichen Aufwand für die Unternehmen bedeuten – gerade für die Kleinstunternehmer
- Markt und Handel reagieren auf Interesse der Reisenden mit ständig neuen Siegeln
- Überblick zu behalten, fällt schwer
- Kaum ein Label deckt alle Aspekte der Nachhaltigkeitskriterien, diverse Ausrichtungen und Reichweiten
- oftmals nicht transparent dargelegt
- oftmals mehr Werbung als Information

**Grüne Qualität im
Tourismus
zertifizieren**

.....
Grünes Ziel

Grüne Qualität zertifizieren

- Ordnung in das Labeldickicht im Tourismusbereich bringen
- viele kleinere Siegel haben ihre Daseinsberechtigung
- gerade KMU sollen die Möglichkeit für Nachhaltigkeitssiegel haben
- Entscheidend ist die Transparenz
- Stärkung der Verbraucherinformation
- Kombination aus Regionalsiegeln und anerkannten Umweltmanagementsystemen ebenso wie Fakten zur Klimabilanz bei An- und Abreise sind unsere Antwort

**Grüne Qualität im
Tourismus
zertifizieren**

.....
Grüne Maßnahmen

Grüne Qualität zertifizieren

- Reisende sollen eine mündige Entscheidung treffen können
- Ohne großen Aufwand erkennen können, ob das Reiseprodukt, ökologisch, sozial und ökonomisch verträglich ist
- Regionale Produkte wesentlicher Bestandteil
- Bundesprogramm „Regionalvermarktung“
- Vernetzung und der Aufbau von Regionalvermarktungssystemen unterstützen und ausbauen

**Grüne Qualität im
Tourismus
zertifizieren**

.....
Best-Practice-Beispiel 1

Grüne Qualität zertifizieren

Naturschätze erwandern im Harz

- von TOURCERT zertifizierte Reise
- Wellness- Vital oder Kulturwanderwoche
- Übernachtung in einem klimaneutralen Naturressort
 - hauseigene Wasseraufbereitungsanlage
 - Zimmer ressourcenschonend
- Versorgung durch regionale Lieferanten unterstützt den Wirtschaftsstandort Harz
- Ranger, Biologen und Geologen führen Wanderungen in kleinen Gruppen zu den Naturschätzen durch

Grüne Qualität im Tourismus zertifizieren

Best-Practice-Beispiel 2

Grüne Qualität zertifizieren

CST in Costa Rica

- Label „CST“ wurde vom nationalen Tourismusinstitut Costa Ricas (ICT) initiiert,
- Ziel touristische Unternehmen nach dem Grad ihres Engagements in Umweltschutz, Kultur und Gesellschaft zu bewerten
- Programm bietet den touristischen Unternehmen Vorteile im Wettbewerb
- Positiver Einfluss auf das Kosten-Nutzen Verhältnis des Unternehmens
- Reisende wissen bei zertifizierten Unternehmen mehr über die Qualität

Tourismus für die Region

Markus Tressel MdB

Platz der Republik 1

11011 Berlin

T: 030 - 227 73206

F: 030 - 227-76206

www.markus-tressel.de

Rückfragen zum Vortrag an:

Sören Sturm

E: markus.tressel.ma02@bundestag.de

T: 030 - 227 73204

F: 030 - 227-76206

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Uns geht's ums Ganze.
www.gruene-bundestag.de

