

# Projektbericht

Nachhaltigkeit im Tourismus messen, kommunizieren und wertschätzen –  
der Weg zu einem deutschlandweiten Indikatorenset für nachhaltige  
Destinationsentwicklung

Der vorliegende Projektbericht ist als „Living Paper“ angelegt und wird auch nach seiner Veröffentlichung fortlaufend weiterentwickelt. Kleinere fachliche, methodische oder redaktionelle Anpassungen werden bei Bedarf in neue Versionen des Berichts sowie in die zugehörigen Kennzahlensteckbriefe übernommen. Die Steckbriefe zu den neun Fokuskennzahlen sind im Anhang dieses Dokuments enthalten. Da diese ebenfalls regelmäßig aktualisiert werden können, ist die jeweils aktuelle Fassung auf der Website [www.nachhaltiger-tourismus.info](http://www.nachhaltiger-tourismus.info) maßgeblich. Die Steckbriefe zu den 18 Zusatzkennzahlen werden ausschließlich auf dieser Website bereitgestellt.

Version: 1.0

Datum: 30.06.2026

Prof. Dr. Martin Balas

Cilia Mayer

Prof. Dr. Marius Mayer

Sven Wolf

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Projektträger:

Deutscher Tourismusverband e.V.  
Markgrafenstraße 15  
10969 Berlin

[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)

Projektpartner:



# 1. Einleitung

Touristische Entwicklung wurde über lange Zeit primär anhand von quantifizierbaren Wachstumsgrößen wie Ankünften, Übernachtungen, Umsätzen oder Wertschöpfung bewertet (Butler 2025: 60). Diese Sichtweise greift für eine nachhaltigkeitsorientierte Destinationsentwicklung jedoch zu kurz. Angesichts von zunehmend spürbaren Auswirkungen der anthropogen verursachten Klimaerwärmung, Ressourcenverbrauch, Biodiversitätsverlust, gesellschaftlicher Akzeptanzverluste des Tourismus und Fragen regionaler Resilienz wird immer deutlicher, dass der Erfolg von Destinationen nicht mehr allein über VolumenKennzahlen bestimmt werden kann (Balas & Abson 2022). Vielmehr stellt sich die Frage, wie sich touristische Entwicklung so erfassen lässt, dass ökologische, ökonomische, soziale und governancebezogene Anforderungen gleichermaßen sichtbar und für destinationsspezifische Steuerungsprozesse nutzbar werden. Gerade für öffentlich legitimierte und finanzierte Destinationsmanagementorganisationen (DMO) gewinnt eine datengestützte Bewertung touristischer Entwicklung aufgrund immer komplexer werdender Planungsprozesse und der notwendigen Erfassung von Wirkungen touristischer Aktivitäten an Bedeutung (Crabolu et al. 2024).

Damit Nachhaltigkeit im Tourismus nicht bloß normativ eingefordert, sondern tatsächlich konkret umgesetzt, gesteuert, kommuniziert und bewertet werden kann, muss sie im Sinne eines evidenzbasierten Managements operationalisiert werden (Garcia et al. 2025; Balas & Mayer 2024; Grimm & Mayer 2025). Dies erfordert, Zielvorstellungen in beobachtbare Größen zu übersetzen und Entwicklungen mithilfe geeigneter Indikatoren über die Zeit im Rahmen eines systematischen Monitorings zu verfolgen. In der Literatur besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass Indikatorensysteme hierfür eine zentrale Brückenfunktion übernehmen (Miller & Torres-Delgado 2023). Sie verdichten komplexe Zusammenhänge, schaffen Vergleichsmaßstäbe und können Handlungsimpulse für Politik, Verwaltung touristische Praxis und gesellschaftliche Anspruchsgruppen liefern. Zugleich ist ihre Aussagekraft eng an Fragen der Messbarkeit, Datenverfügbarkeit, Vergleichbarkeit und kommunikativen Anschlussfähigkeit gebunden (Miller & Twining-Ward 2005; Crabolu 2021; Balas et al. 2025). Im Projekt wird daher Nachhaltigkeit als mehrdimensionales Konzept verstanden, das ökologische, ökonomische und soziale Dimensionen umfasst und um eine

Managementdimension ergänzt wird, in der Steuerung, Koordination und Zielverfolgung zusammenlaufen. Der Bezugsrahmen liegt auf der regionalen Ebene von Destinationen bzw. Tourismusorganisationen, da hier zentrale Steuerungs-, Koordinations- und Kommunikationsaufgaben gebündelt werden.

Zwar existieren inzwischen zahlreiche nationale und internationale Ansätze zur Nachhaltigkeitsmessung im Tourismus (siehe Überblick in Abschnitt 2), gleichwohl bleibt die Übertragung solcher Ansätze auf Destinationen in Deutschland nicht unproblematisch. Häufig bestehen Probleme in Form heterogener Raumbezüge, hohen Erhebungsaufwänden, unzureichender Standardisierung der Messung, lückenhaften Zeitreihen oder einer nur begrenzten institutionellen Verankerung. Die in den Vorarbeiten dieses Projekts durchgeführten Analysen bestätigen diese Problemlage auch für den Deutschlandtourismus. Zwar liegen zahlreiche Einzelansätze vor, doch fehlen auf Destinationsebene vielfach einheitliche Definitionen, abgestimmte Mindestanforderungen an Datenqualität und Verfahren, die mit vertretbarem Aufwand dauerhaft umsetzbar sind.

Vor diesem Hintergrund untersucht der vorliegende Bericht die Entwicklung eines deutschlandweit anschlussfähigen Indikatorensets für ein auf nachhaltige Entwicklung ausgerichtetes Destinationsmanagement. Ausgangspunkt ist das vom Deutschen Tourismusverband (DTV) koordinierte Vorhaben „Nachhaltigkeit im Tourismus messen, kommunizieren und wertschätzen: Kennzahlenset für den Deutschlandtourismus“, dessen Ziel darin bestand, ein fachlich fundiertes und zugleich praxistaugliches Instrument für Monitoring, Zielsteuerung und Kommunikation von Nachhaltigkeit in deutschen Destinationen zu erarbeiten. Das Projekt wurde gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), jetzt Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) im Rahmen des Programms „LIFT Transformation: Im Einklang mit der nachhaltigen Entwicklung“ zwischen 2024 und 2025.

Der Bericht beleuchtet zunächst, welche konzeptionellen Leitüberlegungen der Entwicklung eines solchen Indikatorensets zugrunde liegen, stellt dann das methodische Vorgehen zur Entwicklung der Indikatoren dar, präsentiert das erarbeitete Indikatorenset und diskutiert anschließend die Potenziale und Grenzen der Indikatoren für ein bundesweit nutzbares Nachhaltigkeitsmonitoring auf Destinationsebene. Damit verstehen die Autor/-innen den Bericht sowohl als Beitrag zum wissenschaftlichen Diskurs zur Operationalisierung nachhaltiger

Tourismusentwicklung als auch als praxisorientierten Impuls für eine stärker evidenzbasierte Destinationssteuerung (siehe auch Garcia et al. 2025).

#### BEGRIFFE

Die Begriffe Indikatoren- bzw. Kennzahlenset werden zwar häufig synonym verwendet, ein Unterschied besteht allerdings darin, dass Kennzahlen direkt beobachtbare und relevante Tatbestände messen, während Indikatoren genutzt werden, um nicht direkt messbare oder beobachtbare Größen abzubilden. Folglich handelt es sich bei der Messung mittels Indikatoren um eine indirekte Messung (Distelzweig 2024: 12).

## 2. Überblick von Nachhaltigkeitsindikatorensets im Tourismus

Die Messung von Nachhaltigkeit im Tourismus ist seit mehr als zwei Jahrzehnten Gegenstand internationaler Fachdiskussionen (UNWTO 2004, OECD 2024). Indikatorensysteme und -sets haben dabei die Funktion, komplexe Wirklichkeiten mit einer begrenzten Zahl aussagekräftiger Messgrößen abzubilden, zeitliche Entwicklungen sichtbar zu machen und damit eine Grundlage für Monitoring, Steuerung und politische Kommunikation zu schaffen (Miller & Torres-Delgado 2023). Sie übernehmen damit eine Scharnierfunktion zwischen wissenschaftlicher Analyse, politischer Zielsetzung und praktischer Destinationssteuerung. Zudem zeigt die praktische Anwendung, dass Nachhaltigkeitsindikatoren im Tourismus stets im Spannungsfeld zwischen fachlicher Präzision, Datenverfügbarkeit, Vergleichbarkeit und kommunikativer Nutzbarkeit stehen. Ein „optimales“ Indikatorenset, das sämtliche Anforderungen gleichzeitig erfüllt, existiert daher nicht. Vielmehr handelt es sich immer um eine begründete Auswahl, bei der inhaltliche Relevanz, Messbarkeit und Anwendungsbezug (u.a. Kostenaspekte) gegeneinander abgewogen werden müssen (Lund-Durlacher & Balas 2026).

In den vergangenen Jahren haben sich Ansätze zur Nachhaltigkeitsmessung im Tourismus deutlich ausdifferenziert. Aufbauend auf frühen Arbeiten der Welttourismusorganisation (UNWTO 2004), der OECD (2003) und von Eurostat (2006) liegen heute eine Vielzahl internationaler, nationaler und regionaler Rahmenwerke vor, die Nachhaltigkeit im Tourismus anhand ökologischer, ökonomischer, sozialer und zunehmend auch governancebezogener Indikatoren erfassen

sollen. Zu den wichtigsten aktuellen Bezugspunkten zählen das Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism (SF-MST) der UN Tourism (2024), das EU Tourism Dashboard (Eurostat 2025) sowie verschiedene nationale und regionale Monitoring- und Zertifizierungsansätze wie Green Destinations, die TourCert-Zertifizierung Nachhaltiges Reiseziele oder OECD-Arbeiten zu Indikatoren in Spanien oder Griechenland. Gemeinsam ist diesen Systemen, dass sie die Erfolgsmessung des Tourismus über klassische Nachfrage- und Wertschöpfungskennzahlen hinaus erweitern und damit eine ausgewogenere Betrachtung touristischer Entwicklung ermöglichen. Zugleich zeigen aktuelle Anwendungsfälle zur Nachhaltigkeitsmessung auf regionaler Ebene, dass die praktische Nutzbarkeit solcher Systeme wesentlich davon abhängt, ob sie an konkrete politische Handlungsfelder und regionale Prioritäten rückgebunden werden (OECD 2024; OECD 2025). Fortschritte in der Nachhaltigkeitsmessung entstehen somit nicht primär durch immer umfangreichere Indikatorenkataloge, sondern durch kontextbezogene, kommunizierbare und mit den verfügbaren Dateninfrastrukturen anschlussfähige Messsysteme.

Gleichzeitig ergeben Analysen aus der Fachliteratur (Crabolu 2021; Font et al. 2021; Miller & Torres-Delgado 2023), dass bestehende Systeme nur begrenzt direkt auf eine bestehende Destinationsebene wie in Deutschland übertragbar sind. Bereits konzeptionell ergibt sich ein grundlegendes Spannungsfeld. Einerseits müssen Indikatorensysteme hinreichend spezifisch sein, um lokale/regionale Problemlagen und destinationsspezifische Herausforderungen sichtbar zu machen (so wäre „Schneesicherheit“ lediglich für Wintersportdestinationen relevant); andererseits sollen sie eine Harmonisierung zwischen Destinationen und idealerweise auch eine internationale Vergleichbarkeit ermöglichen. Hinzu kommt, dass die Art der verwendeten Messgrößen, ihr Detaillierungsgrad und ihre Datenanforderungen stark vom jeweiligen Untersuchungsziel abhängen. In der praktischen Anwendung entsteht daraus häufig ein Zielkonflikt zwischen inhaltlichem Anspruch und Aufwand der Erhebung. Indikatoren sollen leicht verständlich, regelmäßig erhebbar, methodisch robust, finanzierbar und für politische wie operative Entscheidungen nutzbar sein. Gerade diese Kombination gelingt in vielen bestehenden Ansätzen nur teilweise, wenn keine kontextspezifische Einbettung in die betreffende Destinationslandschaft erfolgt.

Im Rahmen des Projektes wurden daher als Ausgangsbasis acht aktuelle Indikatorensysteme mit insgesamt 250 Indikatoren in der Tiefe analysiert.

- Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele
- Indikatorensystem der Tourism Impact Alliance von TourCert
- Plan-T Masterplan für Tourismus in Österreich
- Indikatorensystem von VisitDenmark
- Indikatorensystem von visit Portugal
- OECD-Bericht zu Indikatorensystemen in vier spanischen Regionen
- EU Tourism Dashboard
- UN-Tourism Indikatoren des Rahmenwerks „Measuring the Sustainability of Tourism“ (MST).

Die betrachteten Systeme deckten alle vier Nachhaltigkeitsdimensionen ab, weisen aber deutliche Schwerpunktsetzungen auf: Ökonomische (38 %) und ökologische Indikatoren (32 %) dominieren, während Management-Indikatoren (8 %) vergleichsweise selten sind und soziale Indikatoren zwar präsent (22 %), aber insgesamt weniger stark ausgeprägt erscheinen. Zugleich wird deutlich, dass ein relevanter Teil der Indikatoren (ca. 40%) nur mit methodischen Einschränkungen als erhebbar eingestuft wird. Die durchgeführte Analyse zeigt damit einerseits ein hohes Maß an thematischer Übereinstimmung, andererseits aber auch, dass Fragen der Messbarkeit und praktischen Anwendbarkeit vielfach ungeklärt bleiben.

Im Zusammenhang mit der praktischen Anwendbarkeit von Indikatoren in Destinationen wurde im Herbst 2024 eine Online-Befragung zertifizierter Destinationen in Deutschland durchgeführt. Ziel der Befragung war es, die Relevanz, Aussagekraft und Erhebbarkeit verschiedener Indikatoren im Kontext der Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“ zu bewerten. Von 28 kontaktierten Destinationen nahmen 13 an der Befragung teil. Die Ergebnisse offenbaren, dass klassische ökonomische Kennzahlen wie etwa die Auslastung von Unterkünften regelmäßig erhoben werden und tief in den etablierten Steuerungslogiken des Tourismus verankert sind. Demgegenüber werden ökologische Kennzahlen zwar als hoch relevant eingeschätzt, in der Praxis jedoch bislang nur selten systematisch erhoben. Dies liegt vor allem an fehlenden tourismusspezifischen Daten, unzureichender Auskunftsbereitschaft einzelner Akteure und dem Bedarf an aufwändigen externen Aufbereitungen, etwa bei der Erstellung von Treibhausgasbilanzen. Soziale Kennzahlen werden punktuell genutzt, beziehen sich jedoch häufig nur auf einzelne Sektoren wie das Gastgewerbe. Insgesamt wird die Datenlage von vielen Destinationen als unzureichend beschrieben; zugleich werden

Kapazitätsengpässe und fehlende analytische Ressourcen in den DMO als erhebliche Hürden benannt. Damit bestätigt sich ein zentrales Problem bestehender Indikatorensysteme. Sie formulieren häufig wichtige Zielgrößen, ohne die institutionellen und datenbezogenen Voraussetzungen ihrer kontinuierlichen Anwendung ausreichend mitzudenken.

Vor diesem Hintergrund liegt der Mehrwert eines weiterentwickelten Indikatorensets nicht darin, bestehende Systeme zu ersetzen, sondern ihre Stärken aufzugreifen und zugleich an die Anforderungen deutscher Destinationen anzupassen. Erforderlich ist ein Ansatz, der alle Nachhaltigkeitsdimensionen berücksichtigt, zentrale Themenfelder des Deutschlandtourismus abbildet, eine hinreichende Vergleichbarkeit ermöglicht und zugleich den Aufwand der Erhebung realistisch begrenzt. Ein solches Set muss daher nicht nur inhaltlich begründet, sondern auch methodisch und organisatorisch anschlussfähig sein.

### **3. Methodisches Vorgehen zur Erstellung des Indikatorensets**

Methodisch beruht dieses neue Indikatorenset auf einem partizipativen, mehrstufigen, iterativen Ansatz (drei Präsenz-Workshops, mehrere Online-Formate, fernschriftliches Ausfüllen von Befragungen, Tabellen etc.). Erkenntnisse aus Beteiligungsformaten, Fachgesprächen und der Pilotierung wurden über Feedbackschleifen fortlaufend in die Weiterentwicklung der Indikatoren, Datenblätter und Transfermaterialien integriert.

Zunächst wurden umfangreiche Rechercharbeiten (Balas & Abson 2022; Balas et al. 2021; OECD 2024) vorgenommen, um den im vorherigen Abschnitt dargelegten Forschungsstand zu erfassen, wobei sich das Projektteam an europaweiten best practices (EU Tourism Dashboard, MST Adaption in Andalusien, OECD 2024) orientierte. Ergänzend wurden nationale und internationale Expert/-innen eingebunden, um die methodische Fundierung des Vorhabens zu stärken und die Anschlussfähigkeit an laufende Entwicklungen auf europäischer und internationaler Ebene zu prüfen. Der fachliche Austausch bezog sich insbesondere auf Fragen der Governance, der Datenstandards, der Vergleichbarkeit sowie der Rolle von Destinationen als Ebene nachhaltigkeitsbezogener Steuerung. Dadurch konnte

sichergestellt werden, dass das Indikatorenset nicht isoliert entwickelt wurde, sondern im Kontext bestehender fachlicher Debatten und Rahmenwerke verortet ist.

Als zweiter Schritt erfolgte die ebenfalls bereits beschriebene Online-Befragung zertifizierter Destinationen in Deutschland zur Bewertung der Relevanz, Aussagekraft und Erhebbarkeit verschiedener Indikatoren im Kontext der Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“.

Auf Basis dieser ersten beiden Analysen wurden Kriterien für die Auswahl und Priorisierung geeigneter Indikatoren entwickelt. Maßgeblich waren insbesondere die Relevanz für nachhaltige Tourismusentwicklung, die Steuerungsfähigkeit auf Destinationsebene, die Verfügbarkeit geeigneter Datenquellen, die Vergleichbarkeit zwischen Destinationen, die fachliche Robustheit der Definitionen sowie der mit der Erhebung verbundene Aufwand. Im Anschluss wurden potenzielle Indikatoren thematisch geclustert, mit verfügbaren Datenquellen abgeglichen und in ersten Indikatoren-Steckbriefen beschrieben. Diese enthielten unter anderem Angaben zu Definition, Zielsetzung, Berechnungslogik, potenziellen Datenquellen, Erhebungsfrequenz und Hinweisen zur Interpretation. Auf dieser Grundlage wurde ein erster Entwurf des Indikatorensets entwickelt. Dieser Entwurf wurde im weiteren Projektverlauf in einem Expert/-innen-Workshop mit dem Projektbeirat sowie in Fach- und Beteiligungsformaten diskutiert, validiert und weiter geschärft. Im Beirat waren insbesondere Landestourismusorganisationen (LTO) sowie weitere tourismusrelevante Fachakteure vertreten.

Als vierter Schritt erfolgte die praktische Erprobung des Indikatorensets in sechs Pilotdestinationen. Ziel war es, die Anwendbarkeit der entwickelten Indikatoren unter realen Bedingungen zu überprüfen und belastbare Erkenntnisse zu Umsetzbarkeit, Datenverfügbarkeit und erforderlichen Anpassungen zu gewinnen. Die Auswahl der Pilotdestinationen erfolgte mittels einer über den DTV an die LTOs verbreiteten Aufforderung geeignete DMO auf regionaler Ebene vorzuschlagen. Die Pilotdestinationen bilden unterschiedliche räumliche, strukturelle und organisatorische Ausgangslagen ab, darunter Stadt- und ländliche Kontexte, Küsten- und Binnenräume sowie unterschiedliche personelle und datenbezogene Ressourcen.

Die Pilotdestinationen waren:

- Deutsche Bodensee Tourismus GmbH,
- Tourismus NRW e. V.,
- Ostseefjord Schlei GmbH,
- Potsdam Marketing und Service GmbH,
- Spessart Tourismus und Marketing GmbH
- Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.

Gemeinsam mit den Pilotdestinationen wurden Kick-off- und Arbeitsformate durchgeführt, um Zuständigkeiten, Datenquellen und konkrete Erhebungswege für die einzelnen Indikatoren zu klären. Die Pilotierung diente dabei nicht allein der beispielhaften Datenerhebung, sondern vor allem der systematischen Überprüfung der Praxistauglichkeit. Im Mittelpunkt standen Fragen, welche Indikatoren auf Basis vorhandener Datenquellen realistisch erhoben werden können, an welchen Stellen definitorische Unschärfen bestehen und welche Mindestanforderungen an Datenqualität und Dokumentation notwendig sind. Es wurden die Erhebung und Berechnung der Indikatoren getestet, die Ergebnisse plausibilisiert und auftretende Hürden dokumentiert. Dazu zählten insbesondere fehlende Zeitreihen, heterogene Datenquellen, datenschutzbezogene Einschränkungen sowie unterschiedliche institutionelle Zuständigkeiten. Die Erkenntnisse aus der Pilotierung wurden in Rückkopplungsschleifen systematisch in die Überarbeitung der Indikatorendefinitionen und Datenblätter überführt.

Nach Abschluss dieser zweistufigen Erprobungsphase erfolgte ein Entscheidungsworkshop zur finalen Abstimmung des Indikatorensets unter Beteiligung des Projektbeirats.

## **4. Ergebnis: Indikatorenset für nachhaltige Destinationsentwicklung**

Als zentrales Ergebnis des Vorhabens liegt ein praxistaugliches Indikatorenset für den Deutschlandtourismus vor, das auf die Anwendung in Destinationen sämtlicher räumlicher Maßstabsebenen ausgerichtet ist. Es wurde so konzipiert, dass es eine fachlich belastbare und zugleich handhabbare Grundlage für

Monitoring, Zielsteuerung und Kommunikation nachhaltiger Tourismusedwicklung bietet. Strukturell ist das System zweistufig angelegt: Neun Kernindikatoren (im Projektkontext Fokuskennzahlen benannt) bilden den Schwerpunkt des Monitorings; sie sollen möglichst flächendeckend erhoben werden und eine Grundlage für Vergleichbarkeit, Steuerung und Kommunikation schaffen. Ergänzt werden sie durch 18 Zusatzindikatoren (im Projektkontext Zusatzkennzahlen benannt), die regionale Besonderheiten, vertiefende Fragestellungen und aufwändigere Erhebungsbereiche abbilden. Damit kombiniert das Set Standardisierung mit Flexibilität und folgt der Logik, einerseits ein belastbares Grundgerüst für alle Destinationen bereitzustellen und andererseits Raum für destinationsspezifische Schwerpunktsetzungen zu lassen.

Die Indikatoren sind entlang der Nachhaltigkeitsdimensionen aufgebaut. Die Fokuskennzahlen haben den Anspruch, ein möglichst breites Abbild zu erzeugen; die Zusatzkennzahlen ermöglichen darüber hinaus eine vertiefte Betrachtung verschiedener Themen und dienen auch als Auswahl für die Abdeckung bestimmter regionaler Besonderheiten.

Abb. 1: Übersicht Indikatoren  
Quelle: eigene Darstellung



Vertiefende Steckbriefe zu allen Fokusindikatoren mit Angaben zu Relevanz, Datenquellen, Berechnung, Erhebungsfrequenz und Interpretation sind am Ende des Berichts angefügt. Auf der Projektwebsite [www.nachhaltiger-tourismus.info](http://www.nachhaltiger-tourismus.info)

sind alle Fokus- und Zusatzindikatoren abrufbar. Im Folgenden werden lediglich die Fokuskenntzahlen zusammenfassend vorgestellt:

**(F1) Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus:** Dieser Indikator erfasst die Anzahl touristischer Betriebe in einer Destination, die über anerkannte Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifikate verfügen. Er fungiert damit als Hinweis auf das betriebliche Nachhaltigkeitsengagement und auf die strategische Verankerung von Umwelt- und Sozialstandards in der Destination. Da die Gesamtzahl touristischer Betriebe häufig nicht eindeutig bekannt ist, wird der Wert zusätzlich in Relation zu 1.000 Gästeankünften gesetzt, um Vergleiche zwischen Destinationen unterschiedlicher Größenordnung zu erleichtern. Inhaltlich macht der Indikator sichtbar, in welchem Maße eine nachgewiesene nachhaltige Betriebsführung in der touristischen Leistungskette bereits institutionell verankert ist und wo noch Anreize oder Unterstützungsmaßnahmen notwendig sein könnten.

**(F2) Destinationsstrategie mit Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten:** Dieser Indikator zielt auf das strategische Management innerhalb einer Destination. Gemessen wird, ob und in welchem Umfang Nachhaltigkeit systematisch in der Destinationsstrategie verankert ist, etwa durch messbare Ziele, Monitoring, Zuständigkeiten, Budget, einen partizipativen Entwicklungsprozess und einen Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen. Der Indikator ist damit weniger eine klassische Output-Größe als vielmehr ein strukturierter Nachweis institutioneller Steuerungsfähigkeit. Seine besondere Stärke liegt darin, sichtbar zu machen, ob Nachhaltigkeit nur punktuell behandelt wird oder als Querschnittsaufgabe tatsächlich in Entscheidungs- und Managementstrukturen der Destination eingebettet ist.

**(F3) Gästezufriedenheit:** Die Zufriedenheit von Besucher/-innen bildet eine zentrale Brücke zwischen Nachhaltigkeit, Erlebnisqualität und langfristiger Wettbewerbsfähigkeit. Operationalisiert wird sie über die (F3.1) durchschnittliche Zufriedenheit mit dem Gesamterlebnis sowie über die Weiterempfehlungsbereitschaft, anhand des (F3.2) Net Promoter Score. Der Indikator liefert damit Informationen zur touristischen Nachfrage und zur Qualität des touristischen Angebots bzw. zur Passfähigkeit zwischen Erwartungen der Gäste und den tatsächlichen Bedingungen vor Ort.

**(F4) Touristische Saisonalität:** Die Saisonalität misst, wie stark sich Nachfrage und Besuchsdruck über das Jahr konzentrieren. Als Parameter werden der

korrigierte Gini-Koeffizient der monatlichen Übernachtungen sowie der Anteil der Übernachtungen in den drei übernachtungsstärksten Monaten im Verhältnis zu allen Übernachtungen im Laufe eines Jahres empfohlen. Hohe Werte verweisen auf starke saisonale Konzentrationen, niedrige Werte auf eine gleichmäßigere zeitliche Verteilung. Der Indikator ist besonders relevant, weil ausgeprägte Saisonalität häufig mit Überlastungen von Infrastruktur, erhöhtem Ressourcen- druck, angespannten Arbeitsmärkten und sinkender Lebensqualität in Spitzen- zeiten verbunden ist. Zugleich ist seine Interpretation kontextabhängig. Küsten- räume, Städte oder ländliche Naturdestinationen weisen unterschiedliche saiso- nale Muster auf, weshalb weniger der absolute Vergleich zwischen Destinationen und ihren Typen als vielmehr die Entwicklung im Zeitverlauf und die Einord- nung in die jeweilige Destinationsstruktur entscheidend sind.

**(F5) Touristische Wertschöpfung:** Mit diesem Indikator wird der Beitrag des Tou- rismus zur ökonomischen Leistung einer Region sichtbar gemacht. Sie bildet die durch touristische Leistungen erzeugten Arbeits- und Kapitaleinkommen ab und erlaubt damit eine Einordnung des Tourismus im Verhältnis zu anderen Bran- chen. Gerade für touristisch geprägte Regionen ist dieser Indikator zentral, weil er zeigt, in welchem Maße Beschäftigung und regionale Einkommenssicherung vom Tourismus abhängen.

**(F6) Tourismusakzeptanzsaldo:** Dieser auf Schmücker und Eisenstein (2021) ba- sierende Indikator misst, wie die Bevölkerung die Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort und auf sich persönlich wahrnimmt. Er wird als Diffe- renz zwischen positiven und negativen Bewertungen berechnet und fungiert da- mit als Stimmungsindikator. Seine besondere Relevanz liegt darin, dass er früh- zeitig Hinweise auf Nutzungskonflikte, Überlastungen oder Legitimitätsprob- leme liefern kann. Für Destinationen ist dieser Indikator wertvoll, weil er die Per- spektive der Einwohner/-innen systematisch in das Monitoring integriert und damit die soziale Tragfähigkeit touristischer Entwicklung sichtbar machen kann. Der Indikator wurde in den letzten Jahren vom Deutschen Institut für Tourismus- forschung in vielen Destinationen erprobt und gilt als weit verbreitet.

**(F7) Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität:** Dieser Indikator ergänzt die Tou- rismusakzeptanz um eine breiter angelegte Perspektive auf das Wohlbefinden der Bevölkerung und erfasst die subjektive Einschätzung zur derzeitigen Lebens- qualität der Bevölkerung. Auf diese Weise geht er über die unmittelbare Bewer- tung des Tourismus hinaus und fragt nach den allgemeinen Lebensbedingungen

in einer touristischen Region. Der touristische Einfluss auf die Lebensqualität vor Ort ist nämlich oft nur indirekt und wird von vielen außertouristischen Faktoren bestimmt. Gerade deshalb ist der Indikator im Zusammenhang mit dem Tourismusakzeptanzsaldo besonders aussagekräftig. Die Kombination aus beiden erlauben es, Wechselwirkungen zwischen touristischer Entwicklung, Lebensumfeld und deren subjektiver Wahrnehmung differenzierter zu betrachten.

**(F8) Barrierefreiheit im Tourismus:** Dieser Fokusindikator macht sichtbar, in welchem Umfang touristische Betriebe, Orte oder Angebote Informationen und Lösungen zur Barrierefreiheit bereitstellen. Er zielt damit auf soziale Teilhabe und auf die Frage, wie zugänglich touristische Angebote für Menschen mit Behinderungen, ältere Reisende, Familien oder Personen mit temporären Einschränkungen sind. Gemessen wird die Zahl von Tourismusbetrieben mit anerkannten Informationskennzeichen zur Barrierefreiheit; zur besseren Vergleichbarkeit soll die Kennzahl ebenfalls auf 1.000 Gästeankünfte bezogen werden. Der Indikator hat damit nicht nur eine sozialpolitische, sondern auch eine qualitätsbezogene Funktion, weil er Transparenz über barrierefreie Angebote schafft und ihren Ausbau unterstützt.

**(F9) An- und abreisebedingte Treibhausgasemissionen:** Dieser Indikator adressiert die Klimawirkung der touristischen Mobilität zur Destination. Gemessen werden die durchschnittlichen Treibhausgasemissionen pro Gast beziehungsweise Aufenthaltstag, die durch die An- und Abreise entstehen, insbesondere abhängig von der Wahl des Verkehrsmittels und der zurückgelegten Distanz. Der Indikator ist deshalb zentral, weil er einen Bereich sichtbar macht, der für die Klimabilanz des Tourismus von sehr hoher Bedeutung ist, aber nur begrenzt durch Destinationen direkt gesteuert werden kann. Gerade darin liegt sein strategischer Wert: Er schafft eine Evidenzgrundlage, um emissionsärmere Mobilitätsangebote und klimaschonende Anreiseformen stärker in die Destinationsentwicklung zu integrieren.

Die Darstellung des Indikatorensets ist untrennbar mit der Frage ihrer Erhebungsarchitektur verbunden. Wenn notwendig, werden daher für entsprechende Indikatoren standardisierte Kernfragestellungen und harmonisierte Erhebungsdesigns empfohlen, um Vergleichbarkeit zwischen Destinationen herzustellen, ohne regionsspezifische Ergänzungen auszuschließen. Zudem wurden Empfehlungen zu Erhebungsfrequenzen und -zeitpunkten abgegeben, da einzelne Indikatoren stark saisonal geprägt sind und ihre Aussagekraft wesentlich vom

Zeitpunkt der Datenerhebung abhängt (z.B. im Fall der Tourismusakzeptanz). Weiterhin werden methodische Interpretationshilfen sowie gewünschte Entwicklungsrichtungen und Zielbezüge benannt, damit ein Monitoring, eine Kommunikation und Grundlagen für strategische Entscheidungen ermöglicht werden. Im Rahmen des Vorhabens wurde deutlich, dass weniger ein genereller Mangel an Daten als vielmehr Defizite bei Standardisierung, Verknüpfung, Kontinuität und institutioneller Zuständigkeit die flächendeckende Anwendung erschweren.

Die Umsetzung des Indikatorensets setzt einen mehrschichtigen Datenansatz voraus, der amtliche Statistiken, standardisierte Primärerhebungen, wirtschaftsstatistische Sonderauswertungen sowie experimentelle und webbasierte Datenquellen miteinander verknüpft (siehe Tabelle 1). Eine einzelne Datenquelle ist für die Erfassung des Indikatorensets somit nicht ausreichend, da die Indikatoren unterschiedliche Nachhaltigkeitsdimensionen und damit unterschiedliche Datenlogiken adressieren. Insofern müssen Daten bezogen werden durch bspw. DMO-bezogene Analysen für strategische und governanceorientierte Indikatoren, durch Drittanbieterauswertungen sowie durch experimentelle Erhebungen wie Web-Crawling. Insbesondere für Indikatoren zu Saisonalität, Bettenauslastung, Beschäftigung, Aufenthaltsdauer, Quellmärkte oder Schutzgebietsbezüge kommt der amtlichen Statistik (bzw. staatlichen Stellen wie dem Bundesamt für Naturschutz für das Beispiel Schutzgebiete) eine tragende Rolle zu, wobei deren Aussagekraft maßgeblich davon abhängt, ob Daten in hinreichend tiefer räumlicher Auflösung, etwa auf Kreis- oder Gemeindeebene, verfügbar sind.

Tabelle 1: Darstellung der Indikatoren nach Hauptdatenquellen  
Quelle: eigene Darstellung

| Datenquelle                                      | Indikatoren |                                                   |
|--------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------|
| Gästebefragung                                   | (F3)        | Gästezufriedenheit                                |
|                                                  | (F9)        | An- und Abreise bedingte Treibhausgasemissionen   |
|                                                  | (Z11)       | Besucherausgaben                                  |
|                                                  | (Z15)       | Tourismusinduzierte Gesamt-Treibhausgasemissionen |
| Anwohner/-innenbefragung                         | (F6)        | Tourismusakzeptanzsaldo                           |
|                                                  | (F7)        | Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität          |
| Wertschöpfungsstudie / Tourismus-Satellitenkonto | (F5)        | Wertschöpfung im Tourismus                        |
|                                                  | (Z9)        | Beschäftigung im Tourismus                        |

|                                         |       |                                                               |
|-----------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------|
| DMO-Befragungen                         | (F2)  | Destinationsstrategie mit Berücksichtigung von Nachhaltigkeit |
|                                         | (Z2)  | Destinationsmanagementorganisations-Netzwerk-Index            |
|                                         | (Z3)  | Finanzierung im Tourismus                                     |
| Amtliche Statistik                      | (F4)  | Touristische Saisonalität                                     |
|                                         | (Z4)  | Touristische Aufenthaltsdauer                                 |
|                                         | (Z5)  | Touristische Quellmarktverteilung                             |
|                                         | (Z6)  | Tourismusrelevanz                                             |
|                                         | (Z7)  | Touristische Ankünfte                                         |
|                                         | (Z8)  | Touristische Übernachtungen                                   |
|                                         | (Z10) | Bettenauslastung                                              |
|                                         | (Z12) | Wohnraumentwicklung                                           |
|                                         | (Z13) | Lohnniveau im Tourismus                                       |
|                                         | (Z14) | Beschäftigungssicherheit im Tourismus                         |
| Experimentelle Statistiken und Datenmix | (Z18) | Schutzgebiete in Destinationen                                |
|                                         | (F1)  | Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus                  |
|                                         | (F8)  | Barrierefreiheit im Tourismus                                 |
|                                         | (Z1)  | Nachhaltigkeitsmanagement in touristischen Unternehmen        |
|                                         | (Z16) | Erneuerbare Energien im Tourismus                             |
|                                         | (Z17) | Tourismusintensität in Schutzgebieten                         |

Von besonderer Bedeutung sind drei destinationsspezifische Erhebungen, die zum einen für besonders bedeutsame Indikatoren benötigt werden, die nicht über die amtliche Statistik bezogen werden können und die zum anderen aufgrund ihrer Eigenschaft als Primärerhebungen und teilweise erforderlicher besonderer methodischen Kenntnisse als nicht unbedeutende Kostenfaktoren gelten müssen.

**Gästabefragungen** sind notwendig, um Informationen zur Gästezufriedenheit, zu mobilitätsbezogenen Umweltwirkungen (Verkehrsmittel und Anreisedistanzen) und zum Ausgabeverhalten bereitzustellen. Letzteres ist eine wesentliche Inputvariable für die Berechnung der touristischen Wertschöpfung.

**Befragungen von Anwohner/-innen** ermitteln zentrale, auf soziale Auswirkungen des Tourismus bezogene Indikatoren wie Tourismusakzeptanzsaldo und Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität.

**Touristische Wertschöpfungsstudien** bilden die wirtschaftliche Kerngrößen wie Beschäftigung im Tourismus oder die Wertschöpfung im Tourismus ab. Als Inputvariablen benötigen diese Studien neben dem nach Zielgruppen differenzierten Ausgabeverhalten der Gäste deren Anzahl, wobei Tagesgäste in der amtlichen

Statistik nicht enthalten sind, sowie sog. Wertschöpfungsquoten zur Abschätzung der Multiplikatoreffekte bzw. der Importabflüsse aus den Destinationen. Für die beiden letztgenannten Variablen benötigt es spezifische Sekundärdaten, die üblicherweise bei spezialisierten Beratungsunternehmen vorliegen, deren Erfahrung für die korrekte Berechnung der Indikatoren unerlässlich ist.

Für alle drei Erhebungen gelten die üblichen Qualitätsstandards für quantitativ ausgerichtete Befragungen bzw. Berechnungen (u.a. Repräsentativität, Validität, Reliabilität, Ausschluss möglicher Verzerrungen bei Stichprobenziehung, Antwortverhalten etc).

## **5. Fazit und Ausblick**

Als Ergebnis des Projektes „Nachhaltigkeit im Tourismus messen, kommunizieren und wertschätzen: Kennzahlenset für den Deutschlandtourismus“ lässt sich festhalten, dass sich erstmals sämtliche deutsche Bundesländer in Form ihrer jeweiligen Landestourismusorganisationen (LTO) bzw. zuständigen Ministerien zu einem einheitlichen Indikatorenset zur Nachhaltigkeitsmessung in Destinationen bekannten und dieses Bekenntnis durch eine finanzielle Beteiligung an den Projektkosten unterstrichen. Als inhaltliches Hauptergebnis ist die Aufstellung des insgesamt 27 Kern- und Zusatzindikatoren umfassenden einheitlichen Indikatorensets zur Nachhaltigkeitsmessung im Deutschlandtourismus herauszustellen, die mit der Harmonisierung von methodischen Ansätzen, insbesondere der Empfehlung von Fragestellungen und Antwortkategorien einhergeht. Dazu kommt eine vertiefte Diskussion zur Anwendung „neuer“ Indikatoren in der deutschen DMO-Community, erweitert durch Stakeholder aus Beratung, NGOs und Wissenschaft. Weiterhin bekennt sich der Deutsche Tourismusverband (DTV) als Vertretung der deutschen Destinationen zur weiteren Koordination und Unterstützung des Indikatorensets, auch über den formalen Projektabschluss hinaus. Die Indikatoren wurden letztlich von den DMO selbst als relevante Indikatoren identifiziert und im Rahmen eines Bottom-up Prozesses erarbeitet, was zu einer Identifikation und auch Akzeptanz der Indikatoren beitragen sollte.

Diese zukunftsorientierte Perspektive ist von entscheidender Bedeutung für die künftig zu erfolgende Anwendung des Indikatorensets in der Destinationspraxis

und damit dessen Wirksamkeit als Monitoring- und Benchmark-Instrument mit einem Beitrag zu einer evidenzbasierten Verbesserung der Nachhaltigkeit in deutschen Destinationen. Zur Erreichung dieser mittel- bis langfristigen Zielsetzungen bedarf es zunächst einer Lösung wie die identifizierten Indikatoren möglichst flächendeckend auf allen Destinationsebenen erhoben werden, auch damit der Netzwerk-Effekt hier zum Tragen kommt und die Anreize zur Anwendung des Indikatorensets weiter verstärkt.

Welche Schritte sind zu einer solchen umfassenden Erhebung notwendig? Es benötigt zusätzlich zur Unterstützung des DTV und der LTO ein klares Commitment der jeweils zuständigen politischen Entscheidungsträger/-innen als letztendlich Weisungs- bzw. Geldgeber/-innen der LTO, regionalen Tourismusverbände, DMO auf Landkreis-, Gemeindezusammenschluss- und Stadt-/Gemeindeebene. Damit aber nicht, wie im föderalen Staatsaufbau der BRD sowie in der auf Originalität ausgerichteten Wissenschaftscommunity nicht unüblich, verschiedene, einem einheitlichen Monitoring abträgliche Sonderwege gegangen werden (siehe Zbaraszewski et al. 2022 sowie Grimm & Mayer 2025 für das Beispiel Besuchermonitoring in Schutzgebieten), ist eine zentrale Koordination der Erhebungen unerlässlich. Zur Koordination sollte ein Stufen-/Zeitplan zur Datenerfassung aufgestellt und abgestimmt werden: Welche Indikatoren sollen zu welchem Zeitpunkt in welchen Destinationen von wem erhoben werden? Wie können diese Erhebungen finanziert werden? Möglicherweise lassen sich „Einkaufsgemeinschaften“ zwischen DMO verschiedener Ebenen (z.B. die LTO beauftragt eine Studie auf Länderebene, regionale und lokale DMO können sich für vergleichsweise geringe Beträge „einkaufen“) oder gar bundesländerübergreifend bilden. Parallel zu den Erhebungen wird eine Lösung benötigt, die Indikatoren (zumindest für die DMO-Verantwortlichen) sichtbar/vergleichbar zu machen, idealerweise über ein für die DMO direkt zugängliches digitales Dashboard – für dieses und dessen Pflege müsste jedoch zunächst ein Konzept ausgearbeitet, eine Finanzierung und dauerhafte Unterhaltung gesichert werden. Zudem müsste die Frage geklärt werden, inwieweit die dort eingetragenen Indikatorenwerte allgemein zugänglich gemacht werden sollen.

Ungeachtet der erzielten Fortschritte soll hier dennoch auf einige Limitationen des erarbeiteten Indikatorensets und des Prozesses dorthin eingegangen werden.

Obwohl der Fokus klar auf der Praxistauglichkeit lag, bleibt die praktische Wirksamkeit der ja noch zu erhebenden Indikatoren vorläufig unklar. Dies ist nicht

verwunderlich, ist die Erhebung von Nachhaltigkeitsindikatoren ja kein Selbstzweck, sondern lediglich als wichtiger Schritt zu konkreten Strategien und Maßnahmen in Richtung von mehr Nachhaltigkeit zu sehen (siehe auch Miller & Twining-Ward 2005). Zudem konnten nicht alle Indikatoren bis zur „Erhebungsreife“ ausgearbeitet werden (siehe Tabelle 2) – es ist also weiterhin erheblicher Forschungsbedarf vorhanden (z.B. ist es aufgrund von fehlenden Daten nicht möglich, das Müllaufkommen in Gemeinden mit der Tourismusintensität zu verschneiden und damit das touristisch bedingte Müllaufkommen zu erheben). Die Erprobung der Indikatoren durch die Pilot-Destinationen beinhaltete keine direkte Messung, sondern bezog sich lediglich auf Machbarkeitsanalysen. Wie oben dargelegt, ist die konkrete Umsetzung und Anwendung des Indikatorensets in der Destinationspraxis als mittelfristiger Prozess zu sehen, der eines beizubehaltenden, hohen Engagements aller Beteiligten bedarf.

Tabelle 2: Darstellung der Indikatoren nach Dimensionen, Themen und Erhebbarkeit  
Quelle: Eigene Darstellung

| Dimension                                                                                  | Indikator                                                                                   | Einschätzung Erhebbarkeit |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| Management                                                                                 | (F1) Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus                                           | ●                         |
|                                                                                            | (F2) Destinationsstrategie mit Berücksichtigung von Nachhaltigkeit                          | ●                         |
|                                                                                            | (Z1) Nachhaltigkeitsmanagement in touristischen Unternehmen                                 | ●                         |
|                                                                                            | (Z2) Destinationsmanagement Organisation Netzwerk-Index                                     | ●                         |
|                                                                                            | (Z3) Finanzierung im Tourismus                                                              | ●                         |
| Ökonomie                                                                                   | (F3) Gästezufriedenheit                                                                     | ●                         |
|                                                                                            | (F4) Touristische Saisonalität                                                              | ●                         |
|                                                                                            | (F5) Wertschöpfung im Tourismus                                                             | ●                         |
|                                                                                            | (Z4) Touristische Aufenthaltsdauer                                                          | ●                         |
|                                                                                            | (Z5) Touristische Quellmarktverteilung                                                      | ●                         |
|                                                                                            | (Z6) Tourismusrelevanz                                                                      | ●                         |
|                                                                                            | (Z7) Touristische Ankünfte                                                                  | ●                         |
|                                                                                            | (Z8) Touristische Übernachtungen                                                            | ●                         |
|                                                                                            | (Z9) Beschäftigung im Tourismus                                                             | ●                         |
|                                                                                            | (Z10) Bettenauslastung                                                                      | ●                         |
|                                                                                            | (Z11) Besucherausgaben                                                                      | ●                         |
| Soziokultur                                                                                | (F6) Tourismusakzeptanzsaldo                                                                | ●                         |
|                                                                                            | (F7) Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität                                               | ●                         |
|                                                                                            | (F8) Barrierefreiheit im Tourismus                                                          | ●                         |
|                                                                                            | (Z12) Wohnraumentwicklung                                                                   | ●                         |
|                                                                                            | (Z13) Lohnniveau im Tourismus                                                               | ●                         |
|                                                                                            | (Z14) Beschäftigungssicherheit im Tourismus                                                 | ●                         |
| Ökologie                                                                                   | (F9) An- und Abreise bedingte Treibhausgasemissionen                                        | ●                         |
|                                                                                            | (Z15) Tourismusinduzierte Gesamt-Treibhausgasemissionen                                     | ●                         |
|                                                                                            | (Z16) Erneuerbare Energien im Tourismus                                                     | ●                         |
|                                                                                            | (Z17) Tourismusintensität in Schutzgebieten                                                 | ●                         |
|                                                                                            | (Z18) Schutzgebiete in Destinationen                                                        | ●                         |
| <b>Farbkodierung für sofortige Erhebbarkeit (nach Einschätzung der Pilotdestinationen)</b> |                                                                                             |                           |
| ●                                                                                          | Indikator kann sofort gemessen werden (Daten sind verfügbar für mindestens einen Parameter) |                           |
| ●                                                                                          | Datenquellen wurden geklärt, aber methodische Vorgehensweise benötigt weitere Klärung       |                           |
| ●                                                                                          | Datenquellen müssen noch weiter ausgearbeitet werden                                        |                           |

## (F1) Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus

### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Der Indikator misst die Anzahl der Tourismusbetriebe in der Destination, die über eine anerkannte Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifizierung verfügen. Solche Zertifizierungen werden in der Regel von unabhängigen Organisationen auf Basis klar definierter Kriterien vergeben und gelten als objektiver Nachweis für eine nachhaltige Betriebsführung.</p> <p>Eine hohe Zahl an Zertifikatnehmer*innen signalisiert ein starkes betriebliches Engagement für Umwelt- und Sozialstandards. Der Indikator dient als Grundlage für Maßnahmen zur Unterstützung und Sichtbarmachung nachhaltiger touristischer Angebote.</p> <p>Niedrige Werte können auf bestehende Hemmnisse oder fehlende Anreize für ein Nachhaltigkeitsengagement in Betrieben hindeuten. In solchen Fällen bietet der Indikator Hinweise, inwiefern Unternehmen zur Teilnahme an glaubwürdigen Nachhaltigkeitsprogrammen motiviert und die Sichtbarkeit nachhaltiger Leistungen erhöht werden kann.</p> |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      | <p><i>Tourismusbetrieb:</i> Als Tourismusbetrieb gelten in diesem Fall alle Unternehmen in der Destination, die direkt oder indirekt am Tourismus beteiligt sind und zertifiziert werden können. Dazu zählen vorrangig das Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie) sowie das ergänzende touristische Angebot wie z.B. Mobilitätsdienstleister, Freizeit- und Kultureinrichtungen oder Erlebnisanbieter.</p> <p><i>Nachhaltigkeitszertifizierung:</i> Unter einer Nachhaltigkeitszertifizierung wird ein standardisierter Prozess verstanden, bei dem Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen auf die Einhaltung bestimmter Nachhaltigkeitskriterien überprüft und ausgezeichnet werden. Es handelt sich um ein Gütesiegel, das die Erfüllung von Nachhaltigkeitsstandards durch unabhängige Organisationen bestätigt.</p>                                                                                                                                                |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Da die Gesamtzahl der Tourismusbetriebe in einer Destination zumeist unbekannt ist, kann kein Anteil an zertifizierten Unternehmen als Zielwert gebildet werden. Daher wird empfohlen, die Anzahl von zertifizierten Unternehmen ins Verhältnis zu den touristischen Ankünften pro Jahr zu setzen, um einen relativen Wert abzubilden.</p> <p>Mit Inkrafttreten der Empowering-Consumers-Richtlinie (EmpCo) Ende 2026 wird ab 2027 empfohlen, ausschließlich Richtlinien konforme Zertifikate bei der Kommunikation zu berücksichtigen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Erhebung

|                        |                                                                                          |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | Tourismusbetriebe mit einem Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifikat pro 1.000 Ankünfte    |
| Datenquelle:           | Ecotrans e.V.: Datenbank mit zertifizierten Betrieben von über 300 Zertifikaten weltweit |
| Erhebungsfrequenz:     | Jährlich mit möglichst festem/einheitlichem Stichtag                                     |
| Schritte zur Erhebung: | Bezug der Datenbank-Informationen von Ecotrans e.V. (kostenpflichtig)                    |
| Geschätzte Kosten:     | Niedriger vierstelliger Betrag pro Datenbankabfrage (Quelle: Ecotrans e.V.)              |
| Berechnungsbeispiel    |                                                                                          |

### Auswertung

|                                               |                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | Die Zielrichtung sind steigende Werte als Indikator für ein erhöhtes nachgewiesenes Nachhaltigkeitsengagement und -bewusstsein der Tourismusbetriebe in der |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | <p>Destination. Die Entwicklung kann vorwiegend anhand von Zeitreihen gemessen werden.</p> <p>Es ist davon auszugehen, dass es in Destinationen mit höheren Gästeankünften auch eine höhere Anzahl touristischer Betriebe gibt, die mit einer höheren Anzahl an Betrieben mit Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifizierungen einhergehen sollte. Außerdem ist das Anforderungsniveau von Zertifikaten und deren Überprüfungsmechanismen zum Teil sehr unterschiedlich ausgeprägt. Dies ist bei eventuellen Vergleichen von Destinationen zu berücksichtigen.</p> <p>Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie weist einen Zielwert von 34% als Anteil Unternehmen mit staatlichen Umweltzeichen aus. Da in Tourismusdestinationen selten Informationen zur Gesamtzahl touristischer Betriebe vorhanden sind, kann ein korrespondierender Wert nicht für die Summe der Tourismusbetriebe berechnet werden. Allerdings können für Beherbergungsbetriebe Größenordnungen ermittelt werden, indem die Anzahl der zertifizierten Beherbergungsbetriebe in Relation zur Gesamtzahl der in der Destination gemeldeten gewerblichen Beherbergungsbetriebe gesetzt wird. Für den Beherbergungsbereich gilt ein Ergebniswert über 10% als positiver Richtwert (Quelle: ZENAT 2016).</p> |
| Interpretationshilfe: | <p>Dieser Indikator hängt stark von der Struktur der Betriebe in der Destination ab. Gibt es viele kleine Anbieter oder einige wenige große?</p> <p>Eine Interpretation der Zahlen kann vor allem über den zeitlichen Verlauf stattfinden, da eine positive Entwicklung bzw. steigende Zahlen von zertifizierten Betrieben entscheidend sind – unabhängig vom Ausgangswert.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## (F2) Destinationsstrategie mit Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten

### Allgemeine Infos

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:            | <p>Der Indikator zeigt, ob und in welchem Umfang Nachhaltigkeit systematisch in der Destinationsstrategie verankert ist – etwa durch klare Zielsetzungen, messbare Indikatoren, ein begleitendes Monitoring, festgelegte Zuständigkeiten und ein zugeordnetes Budget. Eine solche strategische Verankerung gilt als wesentliche Voraussetzung für die wirksame Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die operative Tourismusedwicklung.</p> <p>Als strukturierte Selbsteinschätzung liefert der Indikator Hinweise auf den strategischen Entwicklungsstand, die Prozessqualität sowie die institutionelle Verankerung von Nachhaltigkeit innerhalb der Destination. Er macht sichtbar, ob Nachhaltigkeit als Querschnittsaufgabe in Steuerungsprozesse, Organisationsstrukturen und Entscheidungslogiken integriert ist oder noch überwiegend projektbezogen erfolgt.</p> <p>Die Problemrelevanz ist hoch, da die Qualität strategischer Steuerung maßgeblich bestimmt, wie konsistent, langfristig und kooperativ nachhaltige Tourismusedwicklung umgesetzt werden kann. Die Aussagekraft hängt jedoch von der Qualität der zugrunde liegenden Selbstbewertung und der Transparenz der Strategie ab; daher sollten Ergebnisse im Kontext der jeweiligen Organisationsstrukturen und Governance-Modelle interpretiert werden.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Definitionen/ Begriffserklärungen: | <p><i>Strategie für eine nachhaltige Tourismusedwicklung:</i> Unter einer Strategie für eine nachhaltige Tourismusedwicklung wird eine schriftlich fixierte und offiziell verabschiedete strategische Grundlage verstanden, die das Handeln der Destination im Sinne einer langfristig nachhaltigen Tourismusedwicklung leitet.</p> <p>Sie kann entweder</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ eine eigenständige Nachhaltigkeitsstrategie für den Tourismus sein oder</li> <li>▪ anhand einer übergreifenden Destinations- oder Tourismusstrategie vorliegen, in der Nachhaltigkeit als Querschnittsthema oder eigenständiger Handlungsbereich klar verankert ist.</li> </ul> <p>In der Strategie sollten die ökologische, soziale und ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit integriert und anhand von zentralen Handlungsfeldern ausdifferenziert sein. Darüber hinaus umfasst die Strategie eine systematische Analyse und Bewertung der touristischen Wirkungen, einschließlich der Identifikation relevanter Risiken sowie konkreter Maßnahmen zu deren Minimierung.</p> <p>Entscheidend ist, dass Nachhaltigkeit nicht nur deklarativ erwähnt, sondern systematisch als Leitprinzip verankert ist. Reine Leitbilder oder lose Absichtserklärungen ohne messbare Ziele, Verantwortlichkeiten oder Umsetzungsinstrumente gelten nicht als Strategie im Sinne dieses Indikators.</p> <p><i>Partizipativer Entwicklungsprozess der Strategie:</i> Die Strategie sollte unter aktiver Beteiligung der maßgeblichen Interessensgruppen / Stakeholder aus verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen erarbeitet sein. Partizipation bedeutet dabei mehr als reine Information. Relevante Akteur*innen sollten in Entscheidungs- und Abstimmungsprozessen eingebunden sein, eigene Perspektiven und Interessen einbringen können und einen tatsächlichen Einfluss auf Inhalte, Ziele und Maßnahmen der Strategie haben.</p> <p>Mögliche Interessensgruppen sind beispielsweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Politik und Verwaltung: z.B. Kommunen, Landkreise, Regionalplanung, Umwelt- und Bauämter</li> <li>▪ Tourismuswirtschaft: z.B. Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, Freizeit- und Mobilitätsanbieter, Tourismusverbände</li> <li>▪ Wirtschaft allgemein: z. B. lokale Unternehmen, Handelskammern, Standortinitiativen</li> <li>▪ Zivilgesellschaft und Bevölkerung: z.B. Bürger*innen, Vereine, lokale Initiativen, Nachbarschaftsgruppen</li> <li>▪ Umwelt- und Naturschutz: z. B. Umweltverbände, Landschaftspflegeverbände, Schutzgebietsverwaltungen</li> </ul> |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kultur, Bildung und Wissenschaft: z.B. Kulturbetriebe, Museen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen</li> </ul> <p>Typische Beteiligungsformate sind Workshops, Konsultationen, Fokusgruppen, öffentliche Dialogveranstaltungen, Online-Beteiligungen oder Lenkungskreise mit Vertreter*innen verschiedener Interessensgruppen.</p> <p>Der Prozess gilt als partizipativ, wenn die Beteiligung nachvollziehbar dokumentiert ist (z. B. Protokolle, Teilnehmerlisten, Rückmeldungen) und die eingebrachten Beiträge in der Strategie erkennbar berücksichtigt wurden.</p> <p><i>Aktionsplan inkl. konkreter Maßnahmen für nachhaltige Tourismusentwicklung:</i> Ein Aktionsplan konkretisiert die in der Strategie festgelegten Ziele zur nachhaltigen Tourismusentwicklung durch ausdifferenzierte sowie umsetzungsorientierte Maßnahmen. Er enthält in der Regel eine strukturierte Übersicht über geplante Aktivitäten mit Angaben zu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zuständigkeiten (wer ist verantwortlich),</li> <li>▪ Zeitplan oder Umsetzungszeitraum,</li> <li>▪ benötigten Ressourcen und</li> <li>▪ gegebenenfalls messbaren Erfolgsindikatoren.</li> </ul> <p>Der Aktionsplan dient als operatives Steuerungsinstrument und ermöglicht es, Fortschritte systematisch nachzuvollziehen und Prioritäten transparent zu setzen. Er sollte regelmäßig überprüft, fortgeschrieben und an veränderte Rahmenbedingungen angepasst werden.</p> <p><i>Stellenanteil in der DMO zur Umsetzung der Strategie für nachhaltige Tourismusentwicklung.</i> Im Rahmen der Strategie sollte auch der prozentuale Personalanteil (Anteil der Vollzeitäquivalente (VZÄ) für Nachhaltigkeit an allen VZÄ der DMO) innerhalb der DMO ermittelt werden, der konkret für Aufgaben im Bereich nachhaltige Tourismusentwicklung eingesetzt wird (z. B. Koordination, Monitoring, Umsetzung von Maßnahmen). Ein hoher Anteil signalisiert eine stärkere institutionelle Verankerung des Themas.</p> <p><i>Personelles/institutionalisiertes Management für Natur- und Kulturdenkmäler.</i> Weiterhin sollte eine Destinationsstrategie für eine nachhaltige Tourismusentwicklung ein institutionalisiertes Management für Natur- und Kulturgüter vorsehen oder aktiv einbinden. Darunter wird eine dauerhafte organisatorische Zuständigkeit verstanden, die den Schutz, die Pflege und die nachhaltige Nutzung von Natur- und Kulturgütern sicherstellt. Das Management kann durch eigene Personalstellen, feste Kooperationen mit Fachbehörden oder bestehende institutionelle Strukturen (z. B. Naturpark-, Biosphärenreservats- oder Welterbe-Managementstellen) erfolgen. Entscheidend ist, dass diese Akteure in der Strategie namentlich oder funktional verankert sind und in Planung, Umsetzung oder Monitoring der nachhaltigen Tourismusentwicklung eine klare Rolle übernehmen.</p> |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale (wenn eigene Strategie vorhanden), regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Der Indikator ist als Erfüllungsindikator konzipiert und erfasst in erster Linie das Vorhandensein und die Ausgestaltung strategischer Elemente, nicht jedoch deren tatsächliche Umsetzung oder Wirkung. Die Aussagekraft hängt somit stark von der Selbsteinschätzung der Destinationen und der Interpretation der Bewertungskriterien ab. Dadurch besteht eine gewisse Subjektivität und eingeschränkte Vergleichbarkeit, insbesondere wenn Strategien hinsichtlich Form, Detailtiefe oder institutioneller Einbettung variieren. Trotz erläuternder Definitionen und Bewertungsrichtlinien können einzelne Kriterien von den Destinationen unterschiedlich verstanden oder gewichtet werden, was zu abweichenden Einschätzungen und Ergebnissen führen kann.</p> <p>Für eine höhere Vergleichbarkeit und Nachvollziehbarkeit könnten die Selbsteinschätzungen künftig durch objektive Nachweise ergänzt werden, etwa durch die Vorlage von Strategiedokumenten, Aktionsplänen oder Monitoringberichten – es bräuchte dann allerdings auch eine entsprechende Überprüfung. Zudem kann die Aussagekraft des Indikators durch eine einheitliche Bewertungsmethode (z. B. Checklisten oder standardisierte Fragenkataloge) weiter verbessert werden.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## Erhebung

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | <ol style="list-style-type: none"> <li>Existenz einer Strategie für eine nachhaltige Tourismusedwicklung: Eine schriftlich fixierte, offiziell verabschiedete Strategie (oder Tourismusstrategie mit klar integrierten Nachhaltigkeitszielen) liegt vor. Sie enthält Ziele, Maßnahmen und Zuständigkeiten zur nachhaltigen Tourismusedwicklung.</li> <li>Partizipativer Entwicklungsprozess der Strategie: Die Strategie wurde unter aktiver Beteiligung relevanter Akteure (z. B. Kommunen, Tourismuswirtschaft, Zivilgesellschaft, Umweltorganisationen, Bevölkerung) erarbeitet; Beteiligung ist dokumentiert.</li> <li>Strategie beinhaltet ein zugewiesenes Budget: Für die Umsetzung der Strategie ist ein eigenes Budget festgelegt (z. B. im DMO-Haushalt oder kommunalen Etat).</li> <li>Halbzeitüberprüfung der Strategie: Die Strategie sieht eine systematische Zwischenbewertung während des Umsetzungszeitraums vor (z. B. nach der Hälfte der Laufzeit).</li> <li>Monitoringrahmen/Indikatoren vorhanden: Ein Monitoring- oder Indikatorensystem zur Überprüfung von Fortschritt und Wirkung nachhaltiger Tourismusedwicklung ist in der Strategie verankert.</li> <li>Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen vorhanden: Ein Aktionsplan mit definierten Maßnahmen, Zeitplan, Zuständigkeiten und Ressourcen liegt vor oder ist Teil der Strategie.</li> <li>Personelles/institutionalisiertes Management für Natur- und Kulturdenkmäler: Eine dauerhafte organisatorische Zuständigkeit für den Schutz und die nachhaltige Nutzung von Natur- und Kulturgütern ist in der Strategie benannt oder eingebunden.</li> <li>Stellenanteil (VZÄ) für Nachhaltigkeit in der DMO: Anteil der Vollzeitäquivalente (VZÄ) in der DMO, die für die Umsetzung der Strategie für nachhaltige Tourismusedwicklung eingesetzt werden.</li> </ol> <p>Selbsteinschätzung: Pro "Ja"-Antwort gibt es 1 Punkt; Punkt Nr. 8 dient als vergleichende Zusatz-Info</p> <p>Das Ergebnis ist ein Score (Ergebnisbereich: 0-100):<br/> <math>\text{Score} = \text{Anzahl erfüllter sieben Parameter} / \text{Gesamtzahl der Parameter} \times 100</math></p> |
| Datenquelle:           | <p>Die Datengrundlage bilden eigene Strategiepapiere, Nachhaltigkeitsberichte sowie interne Planungs- und Organisationsdokumente der jeweiligen Tourismusorganisation. Ergänzend können Aktionspläne, Haushaltsunterlagen oder sonstige Analysen herangezogen werden. Die Datenerhebung erfolgt als Selbstauskunft durch die DMO auf Basis der vorgegebenen Definitionen und Bewertungskriterien.</p> <p>Der Datenbezug ist einfach, da die erforderlichen Informationen innerhalb der DMO vorliegen. Für die interne Erfassung der Kennzahl entstehen höchstens geringe Zeitaufwände, jedoch keine externen Kosten. Managementsysteme wie die Zertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“ oder auch Beratungsprozesse zur Entwicklung von Nachhaltigkeitsstrategien integrieren Inhalte dieses Indikators bereits oftmals. Im Rahmen dieser Ansätze werden relevante Stakeholder einbezogen und anhand externer und unabhängiger Instanzen die subjektive Bewertung reduziert sowie eine ausgewogene Einschätzung ermöglicht.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Erhebungsfrequenz:     | Jährlich zur Abfrage von Änderungen, möglichst an einem festen Stichtag.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Schritte zur Erhebung: | <p>Die Erhebung erfolgt als Selbstauskunft der DMO auf Grundlage der definierten Parameter. Die sieben Parameter werden mit Ja (1 Punkt) oder Nein (0 Punkte) bewertet, die Ergebnisse werden dokumentiert und bestenfalls durch geeignete Nachweise (z. B. Strategiepapiere, Aktionspläne, Haushaltsunterlagen) belegt. Der Score ergibt sich aus der Summe der erfüllten sieben Parameter im Vergleich zur Gesamtsumme und wird als Erfüllungswert in Prozenten (0–100 %) ausgewiesen.</p> <p>Dabei sollten alle relevanten internen Stakeholder – insbesondere Geschäftsführung, Nachhaltigkeitsbeauftragte, Fachbereiche wie Marketing, Produktentwicklung oder Kommunikation sowie ggf. kommunale Partner – in die Bewertung eingebunden werden, um eine abgestimmte und belastbare Einschätzung zu gewährleisten.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                     |  |
|---------------------|--|
| Geschätzte Kosten:  |  |
| Berechnungsbeispiel |  |

#### **Auswertung**

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | <p>Ziel ist, dass die Destination über eine klare und verbindliche Strategie für eine nachhaltige Tourismusedwicklung verfügt. Eine solche Strategie ist notwendig, um nachhaltige Ziele langfristig zu verankern, Ressourcen gezielt einzusetzen und Maßnahmen koordiniert umzusetzen, anstatt Nachhaltigkeit nur projektbezogen oder punktuell zu behandeln.</p> <p>Ein hoher Score (80-100) zeigt, dass Nachhaltigkeit systematisch in Entscheidungsprozesse, Organisation und Steuerung integriert ist. Die Destination sollte darauf hinarbeiten, fehlende strategische oder organisatorische Elemente – wie Monitoring, Budgetierung oder Zuständigkeiten – zu ergänzen und damit eine kohärente und belastbare Grundlage für die nachhaltige Destinationsentwicklung zu schaffen.</p> |
| Interpretationshilfe:                         | <p>Ein hoher Score (80-100) weist auf eine gute strategische Integration von Nachhaltigkeit hin, während niedrige Scores (20-50) darauf hindeuten, dass mehrere wesentliche Bestandteile – etwa Monitoring, Budgetierung oder Zuständigkeiten – noch fehlen oder unzureichend umgesetzt sind.</p> <p>Da die Bewertung auf subjektiver Einschätzung basiert, können Ergebnisse zwischen Destinationen variieren und sollten stets im Kontext der jeweiligen Organisations- und Steuerungsstrukturen interpretiert werden. Der Indikator dient somit als Orientierungs- und Entwicklungsinstrument, um den Stand der strategischen Verankerung von Nachhaltigkeit zu erfassen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.</p>                                                               |

### (F3) Gästezufriedenheit

#### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Dieser Indikator beschreibt die wahrgenommene Zufriedenheit der Gäste in der Destination mit ihrem Aufenthalt. Gästezufriedenheit ist laut internationaler Definition von Nachhaltigkeit im Tourismus eine wesentliche Rahmenbedingung für eine nachhaltige Destinationsentwicklung. Sie nimmt positiven Einfluss auf die Wiederbesuchsabsicht und Weiterempfehlungsrate der Gäste und stützt damit die Wettbewerbsfähigkeit der Destination.</p> <p>Ein hoher Wert kann die Bindung bestehender Gäste an die Destination stärken, ein niedriger Wert signalisiert frühzeitig Handlungsbedarf (z. B. bei der Angebotsqualität, bei der Angebotsausrichtung).</p> <p>Der Indikator bietet wertvolle Steuerungsimpulse zur Qualitätssicherung und zur Ausrichtung touristischer Angebote an die Erwartungen der Gäste. Aufgrund der unmittelbaren Auswirkungen auf die Nachfrage und das Image der Destination, ist die Relevanz dieses Indikators hoch.</p> |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      | <p><i>Net Promoter Score (NPS)</i>: Der NPS ist eine Kennzahl zur Messung der Kundenloyalität aus der Konsumentenforschung. Er basiert auf einer einfachen Frage an Kund*innen, Nutzer*innen oder Gäste, inwiefern ein Produkt/Service oder ein Unternehmen weiterempfohlen wird.“ Die Antwort erfolgt auf einer Skala von 0 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Die Zufriedenheit von Gästen hängt nicht nur vom touristischen Erlebnis ab, sondern auch von kontextuellen Faktoren wie situativen, persönlichen und kulturellen Merkmalen der Besucher*innen. Obwohl Tourismusverantwortliche nur begrenzt Einfluss auf diese Faktoren nehmen können, müssen diese bei der Interpretation der Daten und der Ausarbeitung entsprechender Maßnahmen berücksichtigt werden.</p> <p>Tagesgäste sind aus Kostengründen in vielen Gästebefragungen nicht berücksichtigt, auch wenn dies ausdrücklich zu empfehlen ist. Dadurch wird bei diesem Indikator in einem ersten Schritt nur der Übernachtungstourismus als Betrachtungsebene aufgenommen. Für eine zukünftige Erfassung wird angeraten, auch Tagesgäste in Befragungen zu integrieren, da diese oftmals den weitaus höheren Anteil aller Besucher*innen einer Region ausmachen.</p>                                                                                    |

#### Erhebung

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | <p><b>F3.1: Durchschnittliche Gästezufriedenheit bzgl. Gesamterlebnis</b><br/>Einheit: Arithmetischer Mittelwert eines Skalenwerts (1-6)</p> <p><b>F3.2: Net Promoter Score</b><br/>Einheit: Prozentualer Score (% Promotoren - % Detraktoren)</p>                                                                                                                                                                                                                   |
| Datenquelle:           | <p>Gästebefragung (über Drittanbieter oder eigene Erhebung)<br/>Eine Gästebefragung ist grundsätzlich mit Kosten verbunden.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Erhebungsfrequenz:     | Alle 2-3 Jahre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Schritte zur Erhebung: | <p>1. Entscheidung für Erhebungsbereich (landesweit, regional, lokal) und Zielgruppe (Empfohlen wird eine Orientierung am Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus: In- und ausländische Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, vor Ort oder alternativ online))</p> <p>2. Datenbeschaffung/-erhebung: zentral über Landestourismusorganisationen oder individuell in einzelnen Regionen</p> <p>3. Gästebefragung durchführen oder beauftragen mit den folgenden Fragen:</p> |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <p>Gesamtzufriedenheit, möglichst am Ende der Befragung: „Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit Ihrem Aufenthalt?“ (Skala 1-6)</p> <p>Weiterempfehlungsrate analog zum Net Promoter Score: „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Destination an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?“ (Skala 0-10)</p> <p>4. Durchschnittliche Gesamtzufriedenheit berechnen</p> <p>5. Berechnung Net Promoter Score:<br/>Gäste werden basierend auf ihrer Bewertung in drei Kategorien eingeteilt: Promotoren (9-10), Passive (7-8) und Detraktoren (0-6)</p> <p><math>NPS = \% \text{ Promotoren} - \% \text{ Detraktoren}</math></p> <p>Zusätzlich sind freiwillige Unterfragen zur Gästezufriedenheit mit derselben Skala zu empfehlen, ohne dass diese in den zugehörigen Gesamtindikator einfließen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit den Anreisemöglichkeiten und der Erreichbarkeit der Destination?</li> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit der Mobilität vor Ort in der Destination?</li> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit dem Orts- und Landschaftsbild in der Destination?</li> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Unterkunft?</li> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis in der Destination?</li> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit der Service- und Kundenorientierung der Anbieter in der Destination?</li> <li>▪ Wie zufrieden sind Sie mit der Umwelt- und Sozialverträglichkeit der Angebote in der Destination?</li> </ul> |
| Geschätzte Kosten:  | Die Kosten einer Gästebefragung sind u.a. abhängig von der Befragungsmethodik, der Fallzahl, dem Fragebogenumfang und vom Marktforschungsinstitut. Eine landesweite Gästebefragung ist in etwa mit Kosten eines geringen fünfstelligen Betrags verbunden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Berechnungsbeispiel |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

#### Auswertung

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | Für die Gesamtzufriedenheit sollten steigende Werte oder eine Stabilisierung im Zeitverlauf angestrebt werden. Grundvoraussetzung ist die Erhebung von Zeitreihen, also eine fortlaufende Datenerfassung über mehrere Jahre. Destinationen können sich anhand der Ergebniswerte bzw. Mittelwerte vergleichen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Interpretationshilfe:                         | <p><b>Zufriedenheit:</b><br/>Für die Zufriedenheit wird die Skala von 1-6 anhand des Schulnotensystems interpretiert.<br/>1 = sehr gut<br/>2 = gut<br/>3 = befriedigend<br/>4 = ausreichend<br/>5 = mangelhaft<br/>6 = ungenügend</p> <p><b>Net Promoter Score (NPS):</b><br/>Der NPS sollte branchenspezifisch betrachtet werden, da in manchen Branchen z.B. ein NPS von 30 Standard sein kann, während er in anderen Branchen bereits als hoch gilt. Grundsätzlich gilt für die Interpretation:<br/>NPS = 100: Bestmöglicher Fall mit 100% Promotoren und 0% Detraktoren<br/>NPS = 0: Genauso viele Promotoren wie Detraktoren<br/>NPS = -100: Schlechtmöglicher Fall mit 0% Promotoren und 100% Detraktoren</p> |

#### (F4) Touristische Saisonalität

##### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Der Indikator ermöglicht eine datenbasierte Analyse saisonaler Spitzen. Ziel ist es, den zeitlichen Besuchsdruck möglichst ausgewogen und stabil zu halten. Darauf aufbauend können Maßnahmen zur Reduzierung von Überlastungen, Druck auf Ressourcen und Infrastruktur sowie negativen Auswirkungen auf die lokale Umwelt und Kultur abgeleitet werden.</p> <p>Der Gini-Koeffizient ist eine international anerkannte Kennzahl zur Messung von Ungleichverteilungen, die in vielen Anwendungsbereichen eingesetzt wird. Im Kontext des Tourismus zeigt er, wie ungleich sich die touristische Nachfrage (z. B. bemessen an den Übernachtungen) über das Jahr verteilt. Destinationen sind dabei schwer miteinander vergleichbar – aber genau das macht den Indikator besonders wertvoll: Er hilft, Unterschiede sichtbar und nachvollziehbar zu machen. Die Problemrelevanz ist hoch, da extreme Saisonalität häufig mit sozial-ökologischen Belastungen und sinkender Lebensqualität für Anwohner*innen wie Gäste einhergeht. Eine einfachere und von der OECD empfohlene Berechnung für die Saisonalität ist die Ermittlung des Anteils der gesamten touristischen Übernachtungen (d.h. die Summe der aus- und inländischen Übernachtungen) in den Spitzenmonaten im Vergleich zu allen im Laufe eines Jahres registrierten Übernachtungen. Dieser saisonale Konzentrationswert wird anhand der drei umsatzstärksten Monate berechnet.</p> |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      | <p><i>Gini-Koeffizient:</i> Diese Kennzahl gibt für eine bestimmte Verteilung definierter Einheiten (z. B. Übernachtungen) über einen definierten Zeitraum (z. B. 12 Monate) das Maß der relativen Konzentration beziehungsweise der Ungleichverteilung an und kann einen Wert zwischen Null und Eins annehmen. Im Fall der saisonalen Gleichverteilung der Übernachtungen über alle 12 Monate des Jahres ergibt sich ein Wert von Null, im Falle der Konzentration der gesamten Übernachtungen auf einen Monat ein Wert von 1.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | Für diesen Indikator gibt es sehr individuelle Zielbezüge (z.B. ländliche Destinationen und Städte). Bei Vergleichen sind bspw. die Tourismusstruktur, natürliche Ausprägung und weitere Faktoren der Destination zu berücksichtigen, die eine saisonale Ausprägungen beeinflussen (z.B. Wetter). Darüber hinaus gibt dieser Indikator lediglich die Verteilung der amtlich erfassten Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben wieder und berücksichtigt damit keinen Tagestourismus bzw. Übernachtungen in nicht gewerblichen Beherbergungsbetrieben.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

##### Erhebung

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | <p>F4.1: Gini-Koeffizient amtlich erfasster Übernachtungen in- und ausländischer Gäste in Beherbergungsbetrieben (inkl. Campingplätze)<br/>Einheit: Wert 0-1</p> <p>F4.2: Anteil der amtlich erfassten Übernachtungen in- und ausländischer Gäste in Beherbergungsbetrieben in den drei übernachtungsstärksten Monaten im Verhältnis zu allen amtlich erfassten Übernachtungen im Laufe eines Jahres<br/>Einheit: Prozentwert</p> |
| Datenquelle:           | Monatserhebung im Tourismus<br>Übernachtungen von inländischen und ausländischen Gästen in Beherbergungsbetrieben (inkl. Campingplätze)                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Erhebungsfrequenz:     | Jährlich, mit monatlichen Daten                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Schritte zur Erhebung: | <p>1. Zugriff auf die Monatserhebung im Tourismus (je nach Bedarf z. B. nach Gemeinden, Landkreisen, Reisegebieten, Bundesländern)</p> <p>2. Abgrenzung der Erhebungsebene: Empfehlung: Da die geographischen Grenzen von Destinationen häufig nicht eindeutig mit bestehenden Verwaltungseinheiten</p>                                                                                                                           |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <p>(z. B. Landkreisen) übereinstimmen, ist eine klare statistische Abgrenzung im Vorfeld unerlässlich. Diese sollte innerhalb der jeweiligen Destination definiert werden – idealerweise in Anlehnung an bestehende Statistiken, wie beispielsweise die Übernachtungsstatistik. Um die Destination statistisch abbilden zu können, sollten die Daten auf Gemeindeebene vorliegen, sodass sich daraus die spezifische Gebietskulisse der Destination flexibel rekonstruieren lässt.</p> <p>3. Auswertung der amtlichen monatlichen Statistik: Dies kann entweder direkt beim Statistischen Landesamt beauftragt oder selbst durchgeführt werden. Am Ende sollten die Daten so bearbeitet/sortiert sein, dass die monatlichen Übernachtungen je Ort vorliegen.</p> <p>4. Berechnung des Anteils der drei übernachtungsstärksten Monate</p> <p>Daten erfassen: 12 Monatswerte (= Summe der Übernachtungen je Monat) sammeln</p> <p>Prozentanteile der drei übernachtungsstärksten Monatswerte berechnen:<br/> Anteil in % = <math>\frac{\text{Summe Übernachtungen der drei übernachtungsstärksten Monate}}{\text{Summe der jährlichen Gesamtübernachtungen}}</math></p> <p>5. Berechnung des Gini-Koeffizienten:<br/> Für die Berechnung kann hier eine Excel-Vorlage verwendet werden, bei der die Monatswerte eingegeben werden können, um das Ergebnis zu erzeugen.</p> <p>6. Ausformulierung der Berechnung des Gini-Koeffizienten:</p> <p>Daten erfassen:<br/> 12 Monatswerte (= Übernachtungen je Monat) sammeln</p> <p>Prozentanteile dieser Monatswerte berechnen und sortieren:<br/> Für jeden Monat:<br/> Monatsanteil in % = <math>\frac{\text{Übernachtungen im Monat}}{\text{Gesamtübernachtungen im Jahr}}</math><br/> 12 Monatswerte und prozentuale Anteile aufsteigend sortieren</p> <p>Kumulative Anteile bilden:<br/> <math>X = \text{Kumulative Summe der prozentualen Monatsanteile}</math></p> <p>Zeitanteile der Monate berechnen:<br/> <math>Z = 1/12</math></p> <p>Kumulative Zeitanteile bilden:<br/> <math>Y = \text{kumulative Summe der Zeitanteile } Z</math></p> <p>Abstände zwischen kumuliertem Zeitanteil und kumuliertem Übernachtungsanteil berechnen:<br/> <math>A = Y - X</math></p> <p>Flächenstücke berechnen:<br/> Abstand zwischen kumuliertem Zeitanteil und kumuliertem Übernachtungsanteil (<math>A = Y - X</math>) mit Zeitanteil multiplizieren:<br/> Für jeden Monat: <math>F = A \times Z</math></p> <p>Klassischen Gini-Koeffizienten berechnen:<br/> Summe aller Flächenstücke mit 2 multiplizieren: <math>G = (F_1 + F_2 + F_3 + F_4 + F_5 + F_6 + F_7 + F_8 + F_9 + F_{10} + F_{11} + F_{12}) \times 2</math></p> <p>Berechnung des korrigierten Gini-Koeffizienten:<br/> <math>G \text{ korrigiert} = \frac{n}{n-1} \times G</math><br/> <math>n = \text{Anzahl der betrachteten Werte mit denen der Gini-Koeffizient ermittelt wurde}</math></p> |
| Geschätzte Kosten:  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Berechnungsbeispiel | Die Berechnungsvorlage beinhaltet eine Beispielrechnung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

### Auswertung

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Gewünschte Entwicklungsrichtung &amp; Zielbezüge:</p> | <p>Ziel ist eine ausgewogene zeitliche Verteilung der touristischen Nachfrage. Entsprechend kann bei hohen Werten ein sinkender Wert angestrebt werden, wenn eine gleichmäßigere Verteilung der Übernachtungen über das Jahr erzielt werden soll.</p> <p>Zur Bewertung der Entwicklung können Zeitreihenanalysen durchgeführt werden, welche die jährliche Veränderung der Indikatorwerte abbilden.</p> <p>Es werden Vergleiche innerhalb derselben Ebene (z. B. zwischen Regionen oder zwischen Gemeinden) sowie zwischen direkt unter- bzw. übergeordneten räumlichen Einheiten (z. B. Land → Region → Gemeinde) empfohlen. Weiter oben genannten Limitationen schränken die Interpretierbarkeit jedoch insgesamt ein.</p> <p>Es bieten sich daher destinationsspezifische Vergleiche an – etwa zwischen Städten untereinander, zwischen ländlich geprägten Regionen oder zwischen Destinationen mit ähnlicher funktionaler oder räumlicher Struktur (z. B. vergleichbarer Anteil an ländlichem Raum oder Mittelzentren). Auch ein Vergleich nach Destinationstypen (z. B. Kurorte, Bergregionen, Küstenorte) kann die Aussagekraft erhöhen.</p> |
| <p>Interpretationshilfe:</p>                             | <p>Der korrigierte Gini-Koeffizient kann für die jeweilige Ebene folgendermaßen interpretiert werden:</p> <p>&lt; 0,2 → Sehr geringe Saisonalität → Tourismus verteilt sich gleichmäßig über das Jahr</p> <p>0,2 – 0,4 → Mittlere Saisonalität → Es gibt Haupt- und Nebensaison, aber keine extremen Unterschiede</p> <p>&gt; 0,4 – 0,6 → Hohe Saisonalität → Starke Peaks in einigen Monaten</p> <p>&gt; 0,6 → Extreme Saisonalität → Ein oder wenige Monate dominieren den Tourismus</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

## (F5) Touristische Wertschöpfung

### Allgemeine Infos

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                | <p>Der Indikator gibt an, welchen Beitrag der Tourismus zur wirtschaftlichen Gesamtleistung (TSA) bzw. zum Primäreinkommen der privaten Haushalte (dwif-Wirtschaftsfaktor) einer Destination leistet.</p> <p>Im Falle des TSA ermöglicht er zudem Vergleiche zu anderen Branchen. Er macht damit sichtbar, welchen Stellenwert der Tourismus für Wohlstand und Einkommenssicherung einnimmt.</p> <p>Insbesondere in touristisch geprägten Regionen ist die Relevanz hoch: Eine stabile oder steigende touristische Wertschöpfung ist dort zentral für die wirtschaftliche Resilienz. Der Indikator unterstützt Politik und Verwaltung dabei, die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus datenbasiert zu bewerten und Entwicklungsstrategien gezielt auszurichten.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:     | <p>Definiert sind zwei Parameter aus unterschiedlichen Messansätzen:</p> <p><b>F5.1 Anteil der direkten und indirekten touristischen Wertschöpfung an der Gesamtbruttowertschöpfung (TSA)</b></p> <p>Das Tourismus-Satellitenkonto (TSA) ist ein von UN Tourism, der OECD und Eurostat entwickeltes Regelwerk, nach welchem eine ökonomische Wirkungsanalyse des Tourismus als Nebenrechnung („Satellit“) der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) erfolgt. Ausgehend von den Aufenthaltstagen und den Ausgaben der Tourist*innen wird die mit dem Tourismus zusammenhängende Bruttowertschöpfung bestimmt. Durch die Anlehnung der Berechnung an die amtliche Wirtschaftsstatistik können in der Folge ein gesamtwirtschaftlicher Beitrag des Tourismus beziffert und ein Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen angestellt werden. Das TSA zielt darauf ab, die gesamte wirtschaftliche Bedeutung der für den Tourismus charakteristischen Wirtschaftszweige für eine Region zu ermitteln (Perspektive, die den Erfolg der Tourismuswirtschaft einer Region in der Gesamtheit betrachtet). Es umfasst die Wirkungen durch den Incoming- und Binnentourismus sowie durch den Anteil des Outgoing-Tourismus, der in der Destination verbleibt. Im Vergleich zum dwif-Wirtschaftsfaktor erfasst es zudem die Ausgaben weiterer Gästegruppen (ausländische Tagestouristen) sowie weiterer Konsumbereiche (Verkehrsleistungen, Reisenachbereitung, nicht-monetärer touristischer Konsum).</p> <p><b>F5.2 Anteil der direkten und indirekten touristischen Wertschöpfung am Primäreinkommen der privaten Haushalte (dwif-Wirtschaftsfaktor)</b></p> <p>Vielfach sind die Datenvoraussetzungen nicht gegeben, um TSA für kleinräumigere Destinationsebenen (z. B. Landkreis, Reisegebiet, Kommune) oder für unabhängig von amtlichen Gebietszuschnitten bestehende Destinationen anzuwenden. Im dwif-Wirtschaftsfaktor ist eine Betrachtung für kleinere sowie auch nicht an amtliche Vorgaben gebundene Einheiten möglich, da – anders als beim TSA – keine Orientierung an der amtlichen Wirtschaftsstatistik erfolgt. Allerdings kann die Methode in der Folge auch keinen Anteil an der Gesamtwirtschaftsleistung und keine Vergleiche mit anderen Branchen ausweisen. Ausgehend von den Aufenthaltstagen und den Ausgaben der Tourist*innen wird die mit dem Tourismus zusammenhängende Nettowertschöpfung erfasst und anteilig am Primäreinkommen der privaten Haushalte ausgewiesen. Der dwif-Wirtschaftsfaktor zielt darauf ab, die wirtschaftlichen Effekte des touristischen Geschehens vor Ort im Zielgebiet einschätzen zu können (Zielgebiets-Perspektive, die den Erfolg der touristischen Arbeit vor Ort im Zielgebiet betrachtet). Er umfasst die Wirkungen durch den Incoming- und Binnentourismus in der Destination.</p> |
| Empfohlene Ebene:                      | <p>Das TSA ist nur auf Bundesland-Ebene berechenbar.</p> <p>Der dwif-Wirtschaftsfaktor wird sowohl für die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Limitationen/Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Da die Berechnung des touristischen Einkommensbeitrags sehr komplex ist, empfiehlt es sich für die Berechnung dieses Indikators einen Drittanbieter zu</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|  |                                                                                                                                                                                                |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | beauftragen. Aufgrund der damit entstehenden Kosten wird eine gebündelte Erhebung von Destinationen, z.B. gemeinschaftliche Beauftragung durch mehrere Regionen eines Bundeslandes, empfohlen. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### Erhebung

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | <b>F5.1 Anteil der direkten und indirekten touristischen Wertschöpfung an der Gesamtbruttowertschöpfung (TSA)</b><br>Einheit: Prozent<br><br><b>F5.2 Anteil der direkten und indirekten touristischen Wertschöpfung am Primäreinkommen der privaten Haushalte (dwif-Wirtschaftsfaktor)</b><br>Einheit: Prozent                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Datenquelle:           | Externe Studie zum Tourismus-Satellitenkonto (auf Bundeslandebene möglich)<br><br>Externe Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus (auf allen räumlichen Ebenen möglich)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Erhebungsfrequenz:     | Alle 2-5 Jahre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Schritte zur Erhebung: | Tourismus-Satellitenkonto:<br>Beauftragung eines Drittanbieters zur Durchführung einer Studie zum Tourismus-Satellitenkontos des Bundeslands<br><br>Wirtschaftsfaktor: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gemeinschaftliche Erhebung aller Destinationen (zumindest auf Landesebene) prüfen</li> <li>▪ Beauftragung eines Drittanbieters zur Durchführung einer Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Destination</li> <li>▪ Anteil des touristisch induzierten Primäreinkommens für die jeweilige Destination aus der Studie entnehmen</li> </ul> |
| Geschätzte Kosten:     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Berechnungsbeispiel    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

### Auswertung

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | Entwicklung kann anhand von Zeitreihen in der eigenen Destination gemessen werden. Zielbezüge können nur individuell für die Destination festgelegt werden, je nach Ausgangslage und Zielsetzungen in der eigenen Strategie. Neben der Kennzahl sollten auch die absoluten Werte von Wertschöpfung bzw. Primäreinkommen und deren jeweilige Entwicklung berücksichtigt werden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Interpretationshilfe:                         | Einige wichtige Einflussfaktoren sind z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die Tourismusstruktur, also das Verhältnis Übernachtungs- zu Tagesgästen oder internationale vs. Binnengäste. Je nach Aufenthaltsdauer, Quellmarkt und Kaufkraft der Gäste kann sich die Höhe der Ausgaben unterscheiden.</li> <li>▪ die Infrastruktur-/Angebotsdichte beeinflusst die Möglichkeiten für die Gäste in der Destination Geld für Übernachtungen, Gastronomie, Transport etc. auszugeben und so für Einkommen aus dem Tourismus zu sorgen.</li> <li>▪ Destinationsgröße und -lage: Je kleiner und ländlicher eine Destination, desto weniger ökonomische Alternativen gibt es häufig und desto wichtiger kann das relative Gewicht des Tourismus im Verhältnis zur Gesamtwirtschaft ausfallen.</li> <li>▪ Strukturwandel der regionalen Wirtschaft: Außerdem kann es zu Schwankungen des Parameters kommen, aufgrund von Veränderungen anderer Wirtschaftszweige im Zielgebiet. Es empfiehlt sich daher neben den hier dargestellten Parametern auch die Absolutwerte als Interpretationshilfe heranzuziehen.</li> </ul> Der touristische Einkommensbeitrag kann aber auch noch von vielen weiteren Faktoren beeinflusst werden. |

## (F6) Tourismusakzeptanzsaldo

### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Der Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) misst, wie die Bevölkerung die Auswirkungen des Tourismus im eigenen Wohnort wahrnimmt. Er dient als Indikator dafür, wie die Bewohner*innen die Auswirkungen des Tourismus auf ihren Wohnort (TAS-W) sowie für sich persönlich (TAS-P) wahrnehmen. Die Bewertung erfolgt auf einer Skala von 1 („überwiegend negativ“) bis 5 („überwiegend positiv“).</p> <p>Die TAS-Werte werden als Differenz zwischen dem Anteil der positiv eingestellten Personen (Top-2-Wert der Skala) und dem Anteil der negativ eingestellten Personen (Low-2-Wert der Skala) berechnet. Ein positiver TAS signalisiert Zustimmung und Akzeptanz, während ein negativer TAS mit Ablehnung einhergeht und mehr negative als positive Haltungen anzeigt.</p> <p>Der Indikator unterstützt das Nachhaltigkeitsmonitoring im Bereich der sozialen Verantwortung und kann als Frühwarnsystem für potenzielle Akzeptanzprobleme fungieren. Dadurch können aufkommende und auch bestehende Herausforderungen identifiziert und geeignete Maßnahmen zur Minderung negativ wahrgenommener Auswirkungen eingeleitet werden. Der Indikator ist somit sowohl für reaktive Interventionen von Bedeutung wenn Akzeptanzprobleme bereits vorliegen, ermöglicht es Destinationen aber auch, die Tourismusentwicklung proaktiv zu gestalten und dabei die Interessen der lokalen Bevölkerung zu berücksichtigen. Darüber hinaus bildet er eine wichtige Grundlage für Kommunikationsstrategien, bewusstsensibildende Kampagnen sowie für die Einbindung der Bevölkerung in der touristischen Planung und Gestaltung.</p> <p>Die Tourismusakzeptanzsalden besitzen somit im Rahmen der Destinationsentwicklung eine hohe Relevanz als Indikatoren sozialer Nachhaltigkeit. Da die Bewohner*innen das Erlebnis der Gäste maßgeblich mitprägen, tragen sie entscheidend dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit eines Reiseziels langfristig zu sichern. In diesem Zusammenhang weist der Indikator auch eine ökonomische Bedeutung auf.</p> |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      | <p>Unter dem Begriff „Bewohner*innen“ versteht man die ständige Wohnbevölkerung einer Destination. Dazu zählen alle Personen, die ihren Hauptwohnsitz in dem jeweiligen Gebiet haben.</p> <p>TAS-W (Wohnort) misst die von den Probanden wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus auf ihren Wohnort.</p> <p>TAS-P (Persönlich) misst die von den Probanden wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus im Wohnort auf sich persönlich.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird die nationale Ebene, die Landesebene sowie die regionale und lokale Ebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Seit 2019 werden die Indikatoren TAS-W und TAS-P in Deutschland im Rahmen einer Kooperation zwischen dem Deutschen Tourismusverband (DTV) und dem Deutschen Institut für Tourismusforschung (DI Tourismusforschung) jährlich auf Bundesebene erhoben. Der TAS hat sich inzwischen als sozialer Nachhaltigkeitsindikator etabliert, der die Perspektive der Einwohnerinnen und Einwohner in der deutschen Destinationspraxis abbildet. Bislang wurde er in über 130 deutschen Destinationen einmalig oder mehrfach angewendet. Seit 2024 wird das vom DI Tourismusforschung entwickelte TAS-Konzept auch in Österreich sowie seit 2025 in Slowenien eingesetzt und ab 2026 erfolgt die Erhebung der TAS-Werte zudem in weiteren europäischen Ländern.</p> <p>Für die Durchführung der Befragung wird die Verwendung einer bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe empfohlen. In der Praxis übernehmen daher meist spezialisierte Marktforschungsdienstleister die Feldarbeit der TAS-Messungen. Eine eigenständige Umsetzung durch Destination Management Organisationen (DMOs) oder Kommunen ist – wenn überhaupt – nur mit erheblichem Aufwand realisierbar und geht häufig mit methodischen Einschränkungen einher, beispielsweise hinsichtlich der Bevölkerungsrepräsentativität der Ergebnisse. Zur Erleichterung der Finanzierung und zur Gewährleistung einer einheitlichen Befragungsmethodik,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | die idealerweise eine Kombination aus Online- und telefonischer Befragung (dual frame, d.h. Festnetz- und Mobilfunknummern) umfasst, haben sich standardisierte Erhebungspakete mit festen Paketpreisen für Orte, Regionen und Bundesländer bewährt. |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Erhebung

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | <p>Messskala:<br/>5-stufige Skala von „1 = überwiegend negativ“ bis „5 = überwiegend positiv“, zusätzlich Option „weiß nicht“</p> <p>Berechnung des TAS-Wertes:<br/>Differenz zwischen dem Anteil der positiv eingestellten Bewohner*innen (Top-2-Wert) und dem Anteil der negativ eingestellten Bewohner*innen (Low-2-Wert)</p> <p>Spektrum der TAS-Werte:<br/>Werte zwischen -100 (geringste Akzeptanz) und +100 (höchste Akzeptanz)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Datenquelle:           | Repräsentative Befragung der Wohnbevölkerung ab 16 Jahre über Drittanbieter oder per Eigenerhebung (mit Einschränkungen)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Erhebungsfrequenz:     | alle 3 Jahre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Schritte zur Erhebung: | <p>1. Definition der Zielgruppe: Bewohner*innen ab 16 Jahre der betrachteten Destination</p> <p>2. Befragungsmethode: für die Wohnbevölkerung ab 16 Jahre repräsentative Hybrid-Befragung (online, telefonisch (dual frame))</p> <p>3. Frage zu TAS-W (Wohnort):<br/>„Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus auf [Wohnort] in der heutigen Situation?“<br/>Antwortskala:<br/>1 = überwiegend negativ<br/>2 = eher negativ<br/>3 = neutral<br/>4 = eher positiv<br/>5 = überwiegend positiv<br/>Option: „weiß nicht“</p> <p>4. Frage zu TAS-P (persönlich):<br/>„Wie sehen Sie die Auswirkungen des Tourismus in [Wohnort] in der heutigen Situation für sich persönlich?“<br/>Antwortskala:<br/>1 = überwiegend negativ<br/>2 = eher negativ<br/>3 = neutral<br/>4 = eher positiv<br/>5 = überwiegend positiv<br/>Option: „weiß nicht“</p> <p>5. Berechnung der TAS-Werte:<br/>Für beide Fragen wird der Saldo berechnet:<br/>Anteil positiver Antworten (Skalenwerte 4 + 5) abzüglich Anteil negativer Antworten (Skalenwerte 1 + 2).<br/>→ Ergebnis: TAS-W und TAS-P (–100 bis +100).</p> |
| Geschätzte Kosten:     | Die Erhebungskosten nur für die Messung der TAS-Werte liegen noch im vierstelligen Bereich; in Kombination mit zusätzlichen Fragen an die Bevölkerung im niedrigen fünfstelligen Bereich.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Berechnungsbeispiel    | <p>In einer Befragung von n = 400 Personen antworteten:</p> <p>60 % mit „eher positiv“ oder „überwiegend positiv“ (Top-2-Wert)</p> <p>20 % mit „eher negativ“ oder „überwiegend negativ“ (Low-2-Wert)</p> <p>20 % mit „neutral“ oder „weiß nicht“</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|  |                                                   |
|--|---------------------------------------------------|
|  | Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) = 60 % – 20 % = +40 |
|--|---------------------------------------------------|

#### Auswertung

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | <p>Das Ziel besteht darin, einen möglichst hohen Anteil an Top-2-Werten und einen möglichst niedrigen Anteil an Low-2-Werten zu erreichen, die eine positive Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus sowohl auf den Wohnort (TAS-W) als auch auf die eigene Person (TAS-P) widerspiegeln. Gleichzeitig ist es Ziel, die Low-2-Werte möglichst gering zu halten, so dass positive TAS-Werte resultieren.</p> <p>Langfristig sollte eine stabile (bei bereits hohen TAS-Werten) oder eine positive Entwicklung beider Werte angestrebt werden, um die gesellschaftliche Akzeptanz der touristischen Entwicklung in der jeweiligen Destination zu gewährleisten. Die Grundlage hierfür bildet eine regelmäßige Erhebung der TAS-Werte, die als Indikatoren für Handlungsbedarfe dienen. Für die Umsetzung konkreter, destinationsspezifischer Maßnahmen ist darüber hinaus eine vertiefte Analyse der situativen Hintergründe der erzielten Akzeptanzwerte erforderlich.</p> <p>Obwohl die Zielrichtung klar definiert ist, sollten konkrete Zielwerte individuell für jede Destination festgelegt werden.</p> |
| Interpretationshilfe:                         | <p>Ein TAS-Wert von –100 signalisiert ausschließlich negative Bewertungen, während ein Wert von +100 ausschließlich positive Einschätzungen widerspiegelt. Ein hoher positiver Saldo deutet auf eine breite Unterstützung des Tourismus seitens der Bewohner*innen hin, wohingegen ein negativer Wert überwiegend ablehnende Haltungen anzeigt, die beispielsweise auf wahrgenommene Belastungen oder Nutzungskonflikte zurückzuführen sein können.</p> <p>Bei der Interpretation des TAS-Werts ist zu berücksichtigen, dass sowohl hohe als auch niedrige Werte unterschiedliche Ursachen haben können. So kann ein niedriger positiver TAS-Wert einerseits durch einen vergleichsweise hohen Anteil der Bevölkerung mit negativer Wahrnehmung (Low-2-Box) bedingt sein, andererseits aber auch durch einen relativ hohen Anteil an neutralen statt positiven Bewertungen entstehen. Die Einordnung und der Vergleich von Tourismusakzeptanzwerten im zeitlichen und räumlichen Kontext erfordern daher eine sorgfältige Analyse der spezifischen Situation der jeweiligen Destination.</p>                   |

## (F7) Beitrag des Tourismus zur Lebensqualität

### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Der Indikator ist derzeit noch in der Entwicklung. Vorgesehen ist ein Indikator, der gemäß der subjektiven Einschätzung der lokalen Bevölkerung misst, in welchem Maße der Tourismus im Wohnort zu deren wahrgenommenen persönlichen Lebensqualität beiträgt.</p> <p>Angesichts von Nutzungskonflikten und Anforderungen an die Qualität des räumlichen Umfelds der Destinationen besitzt der Indikator eine hohe Relevanz für eine sozial nachhaltige Tourismusentwicklung. Er bietet die Chance, Tourismusentwicklung stärker an den Bedürfnissen der Einwohner*innen auszurichten und deren Perspektiven systematisch in die Steuerung einzubeziehen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      | <p>Unter lokaler Bevölkerung wird die ständige Wohnbevölkerung einer Destination verstanden. Sie umfasst sämtliche Personen, die ihren Hauptwohnsitz in der betrachteten Destination haben.</p> <p>Lebensqualität ist die subjektive Wahrnehmung einer Person über ihre Stellung im Leben in Relation zur Kultur und den Wertesystemen, in denen sie lebt, und in Bezug auf ihre Ziele, Erwartungen, Standards und Anliegen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Zu berücksichtigen ist, dass sich eine praktikable und gleichzeitig valide Messung des Indikators noch in der Entwicklung befindet. Dieses Vorhaben erfolgt in Kooperation des Deutschen Tourismusverbandes e. V. (DTV) mit dem Deutschen Institut für Tourismusforschung (DI Tourismusforschung) aufbauend auf Ergebnissen aus Pilotstudien des DI Tourismusforschung.</p> <p>Angedacht ist dabei eine Verknüpfung mit dem Tourismusakzeptanzsaldo (Fokusindikator 6), um Zusammenhänge zwischen der Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus und der Lebensqualität sichtbar zu machen.</p> <p>Für die Messung des Indikators ist eine Bevölkerungsbefragung erforderlich, die Nutzung einer bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe wird empfohlen. Die Messung wird daher in der Regel von spezialisierten Marktforschungsdienstleistern übernommen werden müssen. Eine eigenständige Umsetzung durch DMOs oder Kommunen ist – wenn überhaupt – nur mit sehr hohem Aufwand möglich und unterliegt in der Regel methodischen Einschränkungen (z. B. keine Repräsentativität der Ergebnisse).</p> |

### Erhebung

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:                                  | Eine praktikable und gleichzeitig valide Messung des Indikators befindet sich derzeit in der Entwicklung. Dieses Vorhaben erfolgt in Kooperation des Deutschen Tourismusverbandes e. V. (DTV) mit dem Deutschen Institut für Tourismusforschung (DI Tourismusforschung) aufbauend auf Ergebnissen aus Pilotstudien des DI Tourismusforschung. |
| Datenquelle:                                | Repräsentative Befragung der Wohnbevölkerung ab 16 Jahre über Drittanbieter oder per Eigenerhebung (mit Einschränkungen). Eine Verknüpfung der Messung mit der Messung des Tourismusakzeptanzsaldos (Fokusindikator 6) im Rahmen derselben Bevölkerungsbefragung wird angestrebt.                                                             |
| Erhebungsfrequenz:                          | Analog TAS (Erhebung in Kombination mit Fokusindikator 6)                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Schritte zur Erhebung (& geschätzte Kosten) | <p>1. Definition der Zielgruppe: Bewohner*innen ab 16 Jahre der betrachteten Destination</p> <p>2. Befragungsmethode: für die Wohnbevölkerung ab 16 Jahre repräsentative Hybrid-Befragung (online, telefonisch)</p>                                                                                                                           |

|                     |                                                                                                                                            |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | Es wird angestrebt, die Messung des Indikators in die Bevölkerungsbefragung zum Tourismusakzeptanzsaldo (Fokusindikator 6) zu integrieren. |
| Berechnungsbeispiel |                                                                                                                                            |

#### **Auswertung**

|                                               |                                                            |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | Folgt nach Entwicklung des Messansatzes für den Indikator. |
| Interpretationshilfe:                         | Folgt nach Entwicklung des Messansatzes für den Indikator. |

## (F8) Barrierefreiheit im Tourismus

### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Der Indikator zeigt, inwiefern touristische Betriebe Informationen und Lösungen zur Barrierefreiheit für Besucher*innen bereitstellen. Barrierefreiheit ist ein zentrales Element für sozialen Zusammenhalt, gleichberechtigte Teilhabe und nachhaltige Tourismusedwicklung.</p> <p>Eine transparente und gut auffindbare Kommunikation barrierefreier Infrastruktur ist für viele Reisende essenziell – nicht nur für Menschen mit Behinderung, sondern auch für Familien, Senior*innen oder Menschen mit temporären Einschränkungen.</p> <p>Die Problemrelevanz ist hoch, da trotz wachsender Bedeutung entsprechende Informationen oft fehlen oder uneinheitlich aufbereitet sind. Der Indikator unterstützt die Sichtbarmachung bestehender Angebote, fördert deren Ausbau und trägt zur Qualitätsentwicklung in der touristischen Leistungskette bei.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      | <p><b>Barrierefreiheit:</b> „Barrierefrei sind bauliche und sonstige Anlagen, Verkehrsmittel, technische Gebrauchsgegenstände, Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen sowie andere gestaltete Lebensbereiche, wenn sie für Menschen mit Behinderungen in der allgemein üblichen Weise, ohne besondere Erschwernis und grundsätzlich ohne fremde Hilfe auffindbar, zugänglich und nutzbar sind. Hierbei ist die Nutzung behinderungsbedingt notwendiger Hilfsmittel zulässig.“ (Gesetz zur Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz - BGG § 4 Barrierefreiheit).</p> <p>Zu Menschen mit Behinderungen zählen beispielsweise Menschen mit Mobilitätseinschränkungen, Sehbehinderte/Blinde, Hörgeschädigte/Gehörlose oder Menschen mit kognitiven Einschränkungen.</p> <p><b>Tourismusbetrieb:</b> Als Tourismusbetrieb gelten in diesem Fall alle Unternehmen in der Destination, die direkt oder indirekt am Tourismus beteiligt sind. Dazu zählen Transportunternehmen, das Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie) sowie das ergänzende touristische Angebot wie z.B. Freizeit- und Kultureinrichtungen, Einkaufsmöglichkeiten oder Erlebnisanbieter. Auch Orte bzw. Destinationsmanagementorganisationen zählen in diesem Falle dazu.</p> |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | <p>Unterschiedliche Relevanz und Qualität der Informationskennzeichen: Während Reisen für Alle sich auf verschiedene Behinderungen bezieht oder beziehen kann, beziehen sich andere Kennzeichnungssysteme ausschließlich auf einzelne Einschränkungen.</p> <p>Es wird eine jährliche Aktualisierung und Validierung der Kennzeichnungssysteme empfohlen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

### Erhebung

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:         | <p>Tourismusbetriebe mit einem anerkannten Informationskennzeichen zu Barrierefreiheit pro 1.000 Ankünfte</p> <p>Einheit: Anzahl pro 1.000 Ankünfte</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Datenquelle:       | <p>Folgende Kennzeichnungen werden zu Beginn in den Indikator aufgenommen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reisen für Alle (deutschlandweit etabliertes System)</li> <li>▪ RolliPLUS (Schleswig-Holstein)</li> <li>▪ Sachsen Barrierefrei (Sachsen)</li> <li>▪ Brandenburg für alle</li> <li>▪ Access City Award (EU-weite Auszeichnung barrierefreier Städte)</li> </ul> <p>Weitere mindestens landesweite Kennzeichnungen können nach Prüfung aufgenommen werden.</p> |
| Erhebungsfrequenz: | Alle 2-3 Jahre zu einem festen Stichtag.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Schritte zur Erhebung: | <p>Die Erhebung kann entweder eigenständig oder durch die Beauftragung externer Dienstleister erfolgen. Sie sollte idealerweise von der Landesebene initiiert und anschließend auf die jeweilige Destination heruntergebrochen werden.</p> <p>Es sollten nur Betriebe aufgenommen werden, die mit einer Barrierefreiheitskennzeichnung ausgezeichnet sind und auf der entsprechenden Webseite des Systems aufgelistet werden.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Abruf der zertifizierten Betriebe von „Reisen für Alle“ über die offizielle Webseite (Stichtagsabfrage).</li> <li>2. Filter nach Bundesland und/oder Reiseregion (je nach Zusammensetzung der Destination). Es werden sämtliche POIs aufgenommen.</li> <li>3. Optional: Filterung nach Art der Behinderung bzw. nach spezifischen Ausstattungsmerkmalen.</li> <li>4. Abruf der offiziellen Liste der Preisträger des Access City Awards.</li> <li>5. Ermittlung der Anzahl der ausgezeichneten Städte, die innerhalb der betrachteten Destination liegen.</li> <li>6. Für Schleswig-Holstein zusätzlich: RolliPLUS-Betriebe zählen.</li> <li>7. Für Sachsen zusätzlich: Sachsen Barrierefrei-Betriebe zählen.</li> <li>8. Für Brandenburg zusätzlich: Brandenburg für alle zählen</li> <li>9. Summierung aller Betriebe.</li> <li>10. Abgleich und Bereinigung: Prüfung der zusammengestellten Liste, um Doppelzählungen zu vermeiden, ggf. Korrektur der Gesamtzahl.</li> <li>11. Bestimmung der Anzahl pro 1.000 Ankünfte = Summe aller gekennzeichneten Betriebe / Ankünfte * 1.000</li> </ol> |
| Geschätzte Kosten:     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Berechnungsbeispiel    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

#### **Auswertung**

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | <p>Es wird eine jährliche Steigerung im Zeitverlauf angestrebt, was als gewünschte Entwicklungsrichtung und Ziel zugleich gilt. Abgesehen davon können individuelle Zielvorgaben festgelegt werden.</p> <p>Um Destinationen untereinander zu vergleichen, sollte die Relationskennzahl (Tourismusbetriebe mit einem anerkannten Informationskennzeichen zu Barrierefreiheit pro 1.000 Ankünfte ) herangezogen werden. Dies berücksichtigt den Umstand, dass in Destinationen mit mehr Gästeankünften auch eine höhere Anzahl touristischer Betriebe und dementsprechend eine wahrscheinlich höhere Anzahl an Betrieben mit Kennzeichnungen zu Barrierefreiheit existiert.</p> |
| Interpretationshilfe:                         | Zur Interpretation ist es wichtig, Zeitreihen zu betrachten. Steigerungen in der Zeitreihe sind dabei unabhängig vom Ausgangswert positiv zu bewerten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## (F9) An- und Abreise bedingte Treibhausgasemissionen

### Allgemeine Infos

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Relevanz/ Aussagekraft:                 | <p>Der Indikator beschreibt die durch die An- und Abreise freigesetzten Treibhausgasemissionen, die in die Erdatmosphäre abgegeben werden und so zur Erderwärmung beitragen.</p> <p>Der Indikator misst die durchschnittlichen Treibhausgasemissionen in- und ausländischer Übernachtungsgäste, die durch die Wahl des Verkehrsmittels für die An- und Abreise verursacht werden. Er macht die Klimawirkung touristischer Mobilität sichtbar und schafft eine strategische Grundlage für die Entwicklung klimaschonender Mobilitätspraktiken.</p> <p>Die Problemrelevanz ist hoch: Regionale Einflussmöglichkeiten sind begrenzt, die Steuerung dennoch erforderlich. Der Indikator unterstützt die Integration von Klimazielen in das touristische Management und fördert eine evidenzbasierte Ausrichtung auf emissionsärmere Anreiseformen.</p> |
| Definitionen/ Begriffserklärungen:      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Empfohlene Ebene:                       | Es wird sowohl die lokale, regionale als auch die Landesebene empfohlen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Limitationen/ Weiterentwicklungsbedarf: | Zur Erhebung dieses Indikators ist eine Gästebefragung als Eigenerhebung oder Fremderhebung nötig. Diese wird für die Ermittlung der Verkehrsmittelverteilung benötigt. Für die methodische Einheitlichkeit sollten die unten genannten Items verwendet werden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

### Erhebung

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Parameter:             | An- und Abreise bedingte Treibhausgasemissionen pro Übernachtungsgast.<br>Einheit: kg CO <sub>2</sub> e                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Datenquelle:           | <p>Ankünfte nach Herkunftsland: Amtliche Statistik auf Gemeindeebene<br/>Verteilung Ankünfte nach Bundesländern und Verkehrsmittelverteilung Inland:</p> <p>Gästebefragung</p> <p>Verkehrsmittelverteilung Ausland: Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.</p> <p>Bevölkerungsdaten der deutschen Gemeinden: <a href="#">Bundesamt für Kartographie und Geodäsie</a></p> <p>Bevölkerungszentroide Weltweit: <a href="#">WorldPop</a></p> <p>Emissionswerte nach Verkehrsträger: <a href="#">TREMOD (UBA)</a></p>           |
| Erhebungsfrequenz:     | Alle 3 Jahre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Schritte zur Erhebung: | <p>1. Durchführung einer Gästebefragung mit folgenden Fragen und Items:</p> <p>“Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie hauptsächlich angereist?”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PKW Verbrenner / Hybrid</li> <li>▪ PKW Plugin-Hybrid</li> <li>▪ PKW Elektro</li> <li>▪ zusätzlich zu PKW: mit Wohnwagen</li> <li>▪ Wohnmobil</li> <li>▪ Motorrad</li> <li>▪ Bahn Fernverkehr</li> <li>▪ Bahn Regionalverkehr</li> <li>▪ Reisebus</li> <li>▪ Flugzeug</li> <li>▪ Schiff, Fähre</li> <li>▪ Sonstiges</li> </ul> |

|                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                     | <p>"Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bundesland angeben (inländische Gäste)</li> <li>▪ Land angeben (ausländische Gäste)</li> </ul> <p>2. Berechnung der Verkehrsmittelverteilung nach Bundesland &amp; Land<br/>Nutzung der Daten der Befragung</p> <p>3. Ermittlung der durchschnittlichen Distanzen nach Art der Fortbewegung und prozentualer Verteilung pro Bundesland</p> <p>4. Berechnung der Bevölkerungszentroide der Bundesländer: Ermittlung der geografischen Mittelpunkte aller Gemeinden in Deutschland, ohne Wasserflächen an den Küsten. Anschließend erzeugen des Bevölkerungszentroiden je Bundesland durch die Gewichtung der geografischen Mittelpunkte der Gemeinden in den Bundesländern nach Bevölkerung.</p> <p>5. Bevölkerungszentroide der internationalen Quellmärkte: Für Länder der amtlichen Statistik direkte Übernahme der Werte aus WorldPop. Bei Gruppierungen manuelle Zuordnung der Länder zu Gruppen (z.B. sonstige Afrikanische Staaten).</p> <p>6. Berechnung der Ankunftszenroide: Analyse der Quellmarktregionen und nicht zugeordneter Gemeinden basierend auf allen Ankünften der Gemeinden. Gewichtung der geografischen Mittelpunkte der Gemeinden in den Quellmarktregionen nach Ankünften zu Errechnung des Ankunftszenroiden.</p> <p>Berechnung der Distanzen (Luftlinie) der Bevölkerungszentroiden und Ankunftszenroiden: Straße: Google Maps (kürzeste Route, Bhf zu Bhf), Schiene: Falk (kürzeste Route, Bhf zu Bhf), Luftlinie: Luftlinie (Flughafen zu Flughafen).</p> <p>7. Berechnung des Gesamttransportvolumens (TV) pro Verkehrsmittel:</p> $TV = DVM, BL \times AVM \times 2,15$ <p>VM: Verkehrsmittel</p> <p>DVM, BL: durchschnittliche Distanz pro Art der Fortbewegung und Bundesland</p> <p>AVM: Anzahl der Gästeankünfte pro Verkehrsmittel</p> <p>2,15: Faktor für Hin- und Rückweg zzgl. Umwegfaktor von 15%</p> <p>International: Die Daten der DZT geben nur drei Verkehrsmittel aus: PKW (Alle Antriebe), Flugzeug, Eisenbahnfernverkehr. Daten, die nicht zugeordnet werden können, werden anteilig auf die drei bekannten Verkehrsmittel verteilt.</p> <p>8. Ermittlung der Treibhausgasemissionen pro Verkehrsmittel<br/> <math>THG = TVVM \times EF</math></p> <p>9. Ermittlung der Gesamt-Treibhausgasemissionen<br/> = Summe der Emissionen aller Verkehrsmittel</p> <p>10. Berechnung des Parameters pro Übernachtung<br/> <math>THG \text{ Übernachtung} = \text{Gesamtemissionen} / \text{Gesamtübernachtungen}</math></p> |
| Geschätzte Kosten:  | Die Kosten belaufen sich in Höhe der eingesetzten Gästebefragung. Die Emissionsfaktoren können kostenlos beim Umweltbundesamt bezogen werden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Berechnungsbeispiel |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

#### Auswertung

|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gewünschte Entwicklungsrichtung & Zielbezüge: | Die gewünschte Entwicklungsrichtung sind sinkende Werte, da die Emissionen der An- und Abreise stetig verringert werden sollen. Die Entwicklung kann anhand von Zeitreihen in der eigenen Destination gemessen werden. Benchmarks sind nur bei Destinationen mit sehr ähnlicher Gäste- und Infrastruktur sinnvoll. Auch eine Orientierung an bundes- oder landesweiten Zielbezügen der |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       | Treibhausgasreduktion sind möglich. Deutschland soll bis 2045 die Netto-Treibhausgasneutralität erreichen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Interpretationshilfe: | <p>Dieser Indikator ist stark von der in der Destination vorhandenen Verkehrsinfrastruktur abhängig. Bei schlechter Anbindung mit dem öffentlichen Personenverkehr sind die Werte automatisch höher, da viele Gäste z.B. mit dem Auto anreisen müssen. Die Verkehrsinfrastruktur muss zur Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.</p> <p>Auch die Quellmärkte der Destination beeinflussen das Ergebnis stark. Wenn die Destination vor allem von Gästen aus dem Umkreis oder aus Deutschland besucht wird, sind die Distanzen deutlich kürzer als bei Gästen aus dem entfernteren Ausland bzw. Gästen von anderen Kontinenten. Je weiter die Distanz, desto eher wird zur Anreise das Flugzeug genutzt. Weiter entfernte Quellmärkte und die Nähe zu größeren Flughäfen erhöhen dementsprechend tendenziell die An- und Abreise bedingten Treibhausgasemissionen.</p> <p>Zum Vergleich: Das klimaverträgliche Tagesbudget eines Menschen beträgt 4,1 kg CO<sub>2</sub>e pro Tag, wenn die globale Klimaerwärmung auf 1,5° C begrenzt werden soll.</p> |

## Literatur

- Balas, M., Strasdas, W., Neumann, F., Mattes, A., Becker, L. S., Polanía Giese, J. C., Renner, A., Weber, A., Kohl, K., Pinnow, D., Zeiner, M., Rein, H., Heck, S. (2021): *Messung der Nachhaltigkeit des Tourismus in Deutschland - Entwicklung eines Tourismus-Nachhaltigkeits-Satellitenkontos* (UBA Texte 61/2021). Dessau: UBA.
- Balas, M., Abson, D. (2022): Characterizing and identifying gaps in sustainability assessments of tourism - a review. *Tourism Management Perspectives*, 43, 101004. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101004>
- Balas, M., Mayer, M. (2024): The Challenge of Climate Change and Net-Zero Emissions for Destinations. In: Pillmayer, M., Karl, M., Hansen, M. (Hrsg.): *Tourism Destination Development: A Geographic Perspective on Destination Management and Tourist Demand*. Berlin/Boston: De Gruyter, S. 425-451. <https://doi.org/10.1515/9783110794090-020>
- Balas, M., Lund-Durlacher, D., Laimer, P., Baumgartner, C. (2025): Messmethoden und Monitoring. In Schmude, J., Freytag, T. & Bandi Tanner, M. (Hrsg.): *Tourismusforschung – Handbuch für Wissenschaft und Praxis*. Baden-Baden: Nomos Verlag, S. 819-839.
- Balas, M. & Strasdas, W. (2019): *Nachhaltigkeit im Tourismus: Entwicklungen, Ansätze und Begriffsklärung*. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Balas, M., Strasdas, W. (2026): Nachhaltigkeitsmessung in Destinationen. In: Eisenstein, B., Hopfinger, H., Mayer, M., Voshage, I., Gronau, W., Harms, T., Scharfenort, N. (Hrsg.): *Geographien des Tourismus*. Springer. In Vorbereitung.
- Balas, M., Lund-Durlacher, D. (2026): Nachhaltigkeitsmessung und -monitoring in Destinationen. In: Strasdas, W., Lund-Durlacher, D., Dickhut, H. (Hrsg.): *Nachhaltiger Tourismus*. UTB. 3. Auflage.
- Butler, R. W. (2025): The spatial development of tourism over eight decades: a Horizon 2050 paper. *Tourism Review* 80(1), 53-64. DOI:10.1108/TR-12-2023-0904
- Crabolu, G. (2021): *From a linear to a complexity-informed approach to understanding sustainable tourism indicator schemes*. Doctoral thesis. Surrey: University of Surrey. <https://doi.org/10.15126/thesis.900233>
- Crabolu, G., Font, X., & Miller, G. (2024): The Hidden Power of Sustainable Tourism Indicator Schemes: Have We Been Measuring Their Effectiveness All Wrong? *Journal of Travel Research*, 63(7), 1741-1760. <https://doi.org/10.1177/00472875231195736>
- Dickhut, H., Strasdas, W., Goerge, M., Schulze Düding, J. (2023): *Messung der Nachhaltigkeit des Tourismus in Deutschland*. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Distelzweig, A. (2014): *Performance Measurement in der Beschaffung - Ein Konzeptvergleich*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Eisenstein, B., & Schmücker, D. (2021). Overtourism?! Zur Tourismusakzeptanz der Bevölkerung in Deutschland. In S. Brandl, W. Berg, M. Herntrei, G.C. Steckenbauer & S. Lachmann-Falkner (Hrsg.), *Tourismus und ländlicher Raum: Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung* (S. 33–50), Erich Schmidt Verlag.
- Eurostat (2006): Methodological work on measuring the sustainable development of tourism - Part 1: Technical report. Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-working-papers/-/ks-de-06-001>.
- Eurostat (2025): EU Tourism Dashboard. Background and methodology. <https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/background-methodology?lng=en>
- Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Martinez, J. P., Kantenbacher, J., Miller, G., Crabolu, G. (2021). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: The European tourism Indicator System. In: *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1–24. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281>

- Garcia, C. I., Pforr, C., Volgger, M. (2025): A Research Roadmap for Evidence-Informed Policymaking in Tourism. *Tourism Geographies* 27(2), 145-167. <https://doi.org/10.1080/14616688.2025.2493336>.
- Grimm, M., Mayer, M. (2025): Towards a joint visitor monitoring approach: Applying protected area experiences in destination management - Lessons from Schrecksee, Germany. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 17(3), 314-344. <https://doi.org/10.1515/tw-2025-0022>
- Miller, G., & Twining-Ward, L. (2005): Monitoring for a sustainable tourism transition: The challenge of developing and using indicators. Wallingford: CABI.
- Miller, G. & Torres-Delgado, A. (2023): Measuring sustainable tourism – A state of the art review of sustainable tourism indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1483-1496. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2213859>
- OECD (2003): Indicators for the integration of environmental and sustainability concerns into tourism policies. Paris: OECD [https://one.oecd.org/document/COM/ENV/DSTI\(2003\)129/en/pdf](https://one.oecd.org/document/COM/ENV/DSTI(2003)129/en/pdf).
- OECD (2024): Measuring and Monitoring the Sustainability of Tourism at Regional Level in Spain. Paris: OECD. <https://doi.org/10.1787/7f116e7f-en>.
- OECD (2025): Improving the evidence-base for sustainable tourism policies: A proposed core set of indicators (Draft report CFE/TOU(2025)3/REV2, 26 September 2025). OECD Tourism Committee.
- Schmücker, D., Eisenstein, B. (2021): Tourismusakzeptanz in der Wohnbevölkerung–Messmethode und Ergebnisse. *Berichte. Geographie und Landeskunde* 94 (3), 206-224.
- Scuttari, A., Windegger, F., Wallnöfer, V. & Pechlaner, H. (2023): Bridging the science-policy gap in sustainable tourism: evidence from a multiple case study analysis of UNWTO INSTO sustainable tourism observatories. *Journal of Sustainable Tourism*, 33(4), 628-652. DOI: 10.1080/09669582.2023.2279023
- Seeler, S., & Eisenstein, B. (2024). Residents' attitudes and sustainable destination development: Introducing the tourism acceptance score. In M. Pillmayer, M. Karl, & M. Hansen (Hrsg.), *Tourism destination development: A geographic perspective on destination* (S. 197–218). De Gruyter.
- UNWTO (2004): Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook. Madrid:, UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284407262>.
- UN Tourism (2024): Statistical Framework for Measuring the Sustainability of Tourism (SF-MST). Madrid: World Tourism Organisation.
- Zbaraszewski, W., Balas, M., Dmytrów, K., Majewska, A., Mayer, M., Steingrube, S. (2022): Sozio-ökonomische Untersuchungen in Schutzgebieten der Euroregion Pomerania: Besucherzufriedenheit, wirtschaftliche Effekte und Akzeptanz der Schutzgebiete. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe. <https://doi.org/10.12657/9788379864225>

## **Kontaktinformationen**

Prof. Dr. Martin Balas  
reCET UG (haftungsbeschränkt)  
Coppistraße 3  
16227 Eberswalde  
Martin.Balas@recet.de

Cilia Mayer, BA  
TourCert gGmbH / Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele  
Blumenstraße 19  
70182 Stuttgart  
cilia.mayer@tourcert.org

Dipl.-Geogr. Sven Wolf, MA Nachhaltigkeits- und Qualitätsmanagement  
Deutscher Tourismusverband e.V.  
Markgrafenstraße 15  
10969 Berlin  
wolf@deutschertourismusverband.de

Prof. Dr. Marius Mayer  
Hochschule München  
Fakultät für Tourismus  
Schachenmeierstraße 35  
D-80636 München  
marius.mayer@hm.edu