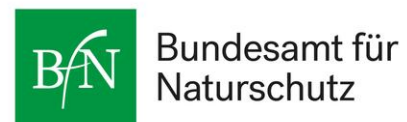


# Wo steht der Deutschlandtourismus aktuell in Bezug auf Nachhaltigkeit?

Ergebnisbericht zur bundesweiten Befragung 2026

GEFÖRDERT DURCH DAS BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ MIT MITTELN DES  
BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT, KLIMASCHUTZ, NATURSCHUTZ UND NUKLEARE SICHERHEIT



# Impressum

## Herausgeber

Deutscher Tourismusverband e.V.  
Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin  
Tel. 030 / 856 215-120  
[presse@deutschertourismusverband.de](mailto:presse@deutschertourismusverband.de)  
[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)

## Konzeption, Datenauswertung und Redaktion

Laura Schulz  
reCET UG (haftungsbeschränkt)  
Coppistraße 3, 16227 Eberswalde  
Tel. 0176 - 363 46 653  
[kontakt@recet.de](mailto:kontakt@recet.de)  
[www.reCET.de](http://www.reCET.de)

Mai 2026



GEFÖRDERT DURCH DAS BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ MIT MITTELN DES  
BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT, KLIMASCHUTZ, NATURSCHUTZ UND NUKLEARE SICHERHEIT

# Zur Befragung

Die bundesweite Befragung „**Wo steht der Deutschland-tourismus aktuell in Bezug auf Nachhaltigkeit?**“ wurde im Zeitraum vom 25. Februar bis 27. März 2026 durchgeführt. Ziel der Erhebung war es, ein bundesweites Lagebild zum Stand nachhaltiger Tourismusedwicklung in deutschen Tourismusorganisationen zu erfassen. Im Fokus standen unter anderem die strategische Verankerung von Nachhaltigkeit, Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung, vorhandene Ressourcen, wahrgenommene Herausforderungen sowie Bedarfe für die weitere Entwicklung. Insgesamt beteiligten sich 379 Organisationen an der Befragung.

Die Befragung wurde vom Deutschen Tourismusverband e. V. (DTV) in Auftrag gegeben und durch das Bundesamt für Naturschutz mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Klimaschutz, Naturschutz und nukleare Sicherheit gefördert. Die fachliche Umsetzung erfolgte durch die Nachhaltigkeitsagentur reCET [create.empower.transform](https://www.create.empower.transform).

Mai 2026



# Kernaussagen im Überblick

## Nachhaltigkeit gewinnt weiter an Bedeutung.

Rund **70 %** der Organisationen berichten, dass die Bedeutung von Nachhaltigkeit **in den vergangenen drei Jahren gestiegen** ist.  
**72 %** erwarten auch **künftig eine weitere Zunahme**.

## Entwicklungsstände sind unterschiedlich ausgeprägt.

Rund **ein Viertel** der Organisationen sehen nachhaltige Tourismusedwicklung bereits breit berücksichtigt oder als selbstverständlichen Bestandteil ihrer strategischen Ausrichtung, wohingegen **51%** das Thema nur in geringem Umfang berücksichtigen oder noch nicht systematisch verankert haben.

## Nachhaltigkeit wird dimensionsübergreifend bearbeitet.

Besonders häufig werden aktuell Themen wie regionale Wertschöpfung, Mobilität, Natur- und Ressourcenschutz sowie Kultur und Teilhabe bearbeitet.

# Kernaussagen im Überblick

## Personelle und finanzielle Ressourcen noch nicht überall explizit verankert. → S. 19–20

51 % der Organisationen verfügen über **keine explizit zugeordneten personellen Ressourcen** für nachhaltige Tourismusedwicklung.  
62 % geben an, **kein klar ausgewiesenes Budget für Nachhaltigkeitsaktivitäten** zu haben.

## Zeit, Prioritäten und Finanzierung erschweren die Umsetzung. → S. 34–36

Insbesondere begrenzte zeitliche Ressourcen (76 %), konkurrierende Aufgabenprioritäten (75 %) und fehlende personelle Kapazitäten (65 %) begrenzen die Umsetzung von Nachhaltigkeit in der eigenen Organisation. Insgesamt fehlen finanzielle Mittel (71 %), um Nachhaltigkeit noch stärker umsetzen zu können.

## Unterstützungsbedarfe zeigen sich auf mehreren Ebenen. → S. 45–50

Als **besonders relevant** gelten **ausreichende personelle Ressourcen** (91 %) sowie **auf den Tourismus zugeschnittene finanzielle Anreize und Förderprogramme** (83 %).

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe

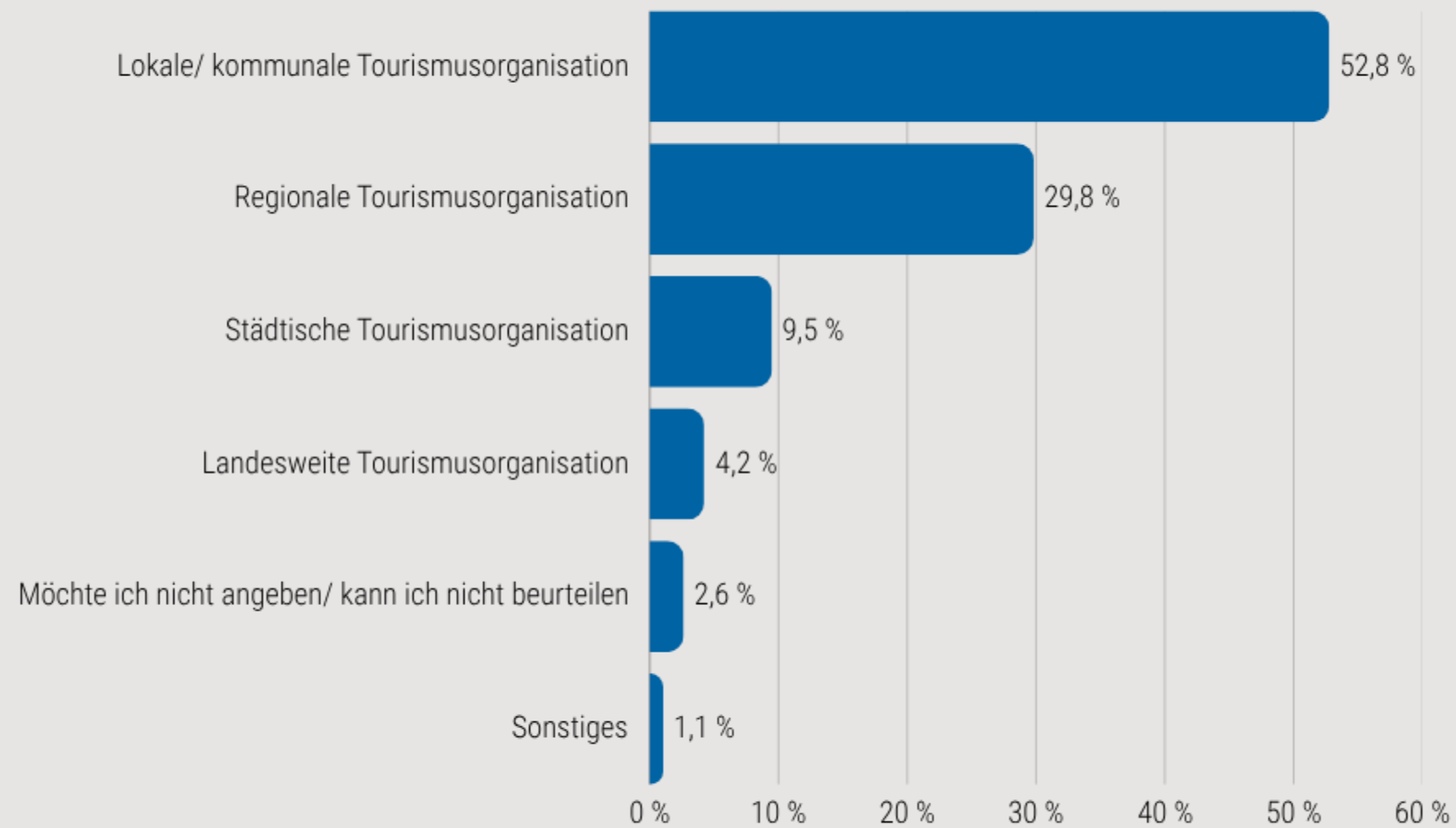
# Ergebnisse im Detail

## 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen

- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe

# Lokale und regionale Tourismusebene stark

Verteilung der teilnehmenden Tourismusorganisationen nach Organisationstyp



Frage: „Welche Art von Tourismusorganisation vertreten Sie?“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 379  
Freitextnennungen unter „Sonstiges“: Fremdenverkehrsamt Ziegenrück, Tourist Information, Interkommunale Allianz, Umsetzungsmanagement

# Beteiligung aus allen Bundesländern

## Verteilung der teilnehmenden Tourismusorganisationen nach Bundesland

| Antwortoption              | Beantwortungen |    |                     |           |
|----------------------------|----------------|----|---------------------|-----------|
| - Bundeslandübergreifend - | 1,3 %          | 5  |                     |           |
| Baden-Württemberg          | 12,4 %         | 47 | Niedersachsen       | 6,3 % 24  |
| Bayern                     | 6,1 %          | 23 | Nordrhein-Westfalen | 16,9 % 64 |
| Berlin                     | 0,5 %          | 2  | Rheinland-Pfalz     | 3,4 % 13  |
| Brandenburg                | 1,9 %          | 7  | Saarland            | 6,1 % 23  |
| Bremen                     | 0,8 %          | 3  | Sachsen             | 8,2 % 31  |
| Hamburg                    | 0,3 %          | 1  | Sachsen-Anhalt      | 2,1 % 8   |
| Hessen                     | 9,5 %          | 36 | Schleswig-Holstein  | 12,9 % 49 |
| Mecklenburg-Vorpommern     | 6,6 %          | 25 | Thüringen           | 4,8 % 18  |

Frage: „In welchem Bundesland ist Ihre Organisation tätig?“ | Umfragezeitraum: 25.02. – 27.03.2026 | n = 379

# Rechts- und Organisationsformen im Überblick

## Verteilung der teilnehmenden Tourismusorganisationen nach Rechts- und Organisationsformen

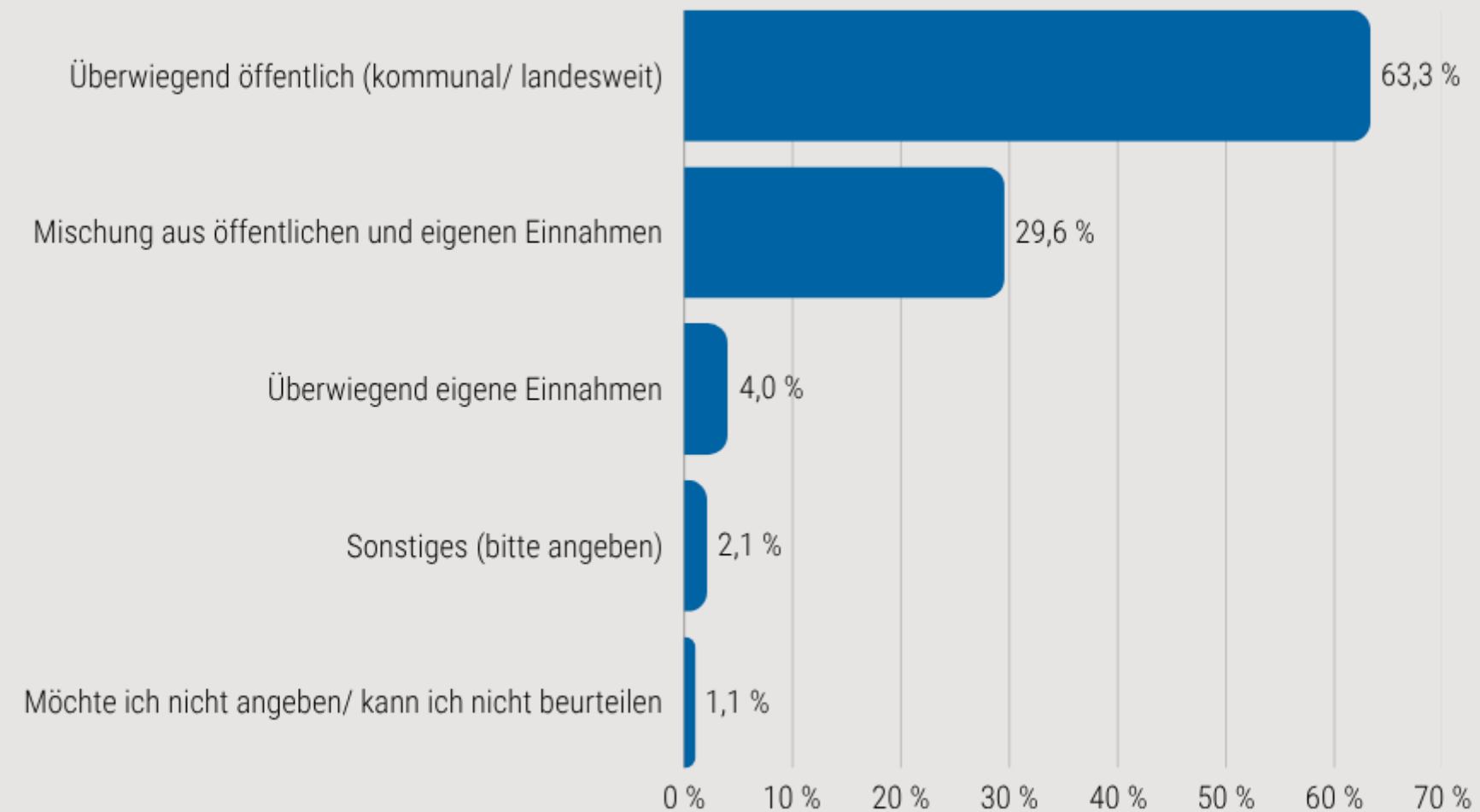
| Kategorien   | Beantwortungen |     |
|--|----------------|-----|
| GmbH/ gGmbH  | 36,4 %         | 111 |
| Eingetragener Verein/ Verein                               | 20,7 %         | 63  |
| Öffentliche Verwaltung/ kommunale Trägerschaft             | 18,7 %         | 57  |
| Körperschaft/ Anstalt des öffentlichen Rechts              | 11,1 %         | 34  |
| Eigenbetrieb   | 7,2 %          | 22  |
| GmbH & Co. KG/ sonstige privatwirtschaftliche Rechtsformen | 2,6 %          | 8   |
| Zweckverband/ Verband                                      | 2,3 %          | 7   |
| Keine eindeutige Rechtsform                                | 1 %            | 3   |

Top 3

Frage: „Welche Rechtsform hat ihre Organisation“ | Umfragezeitraum: 25.02. – 27.03.2026 | n = 305  
Freitextangaben wurden inhaltlich kategorisiert

# Finanzierung überwiegend öffentlich

Verteilung der teilnehmenden Tourismusorganisationen nach Finanzierungsform



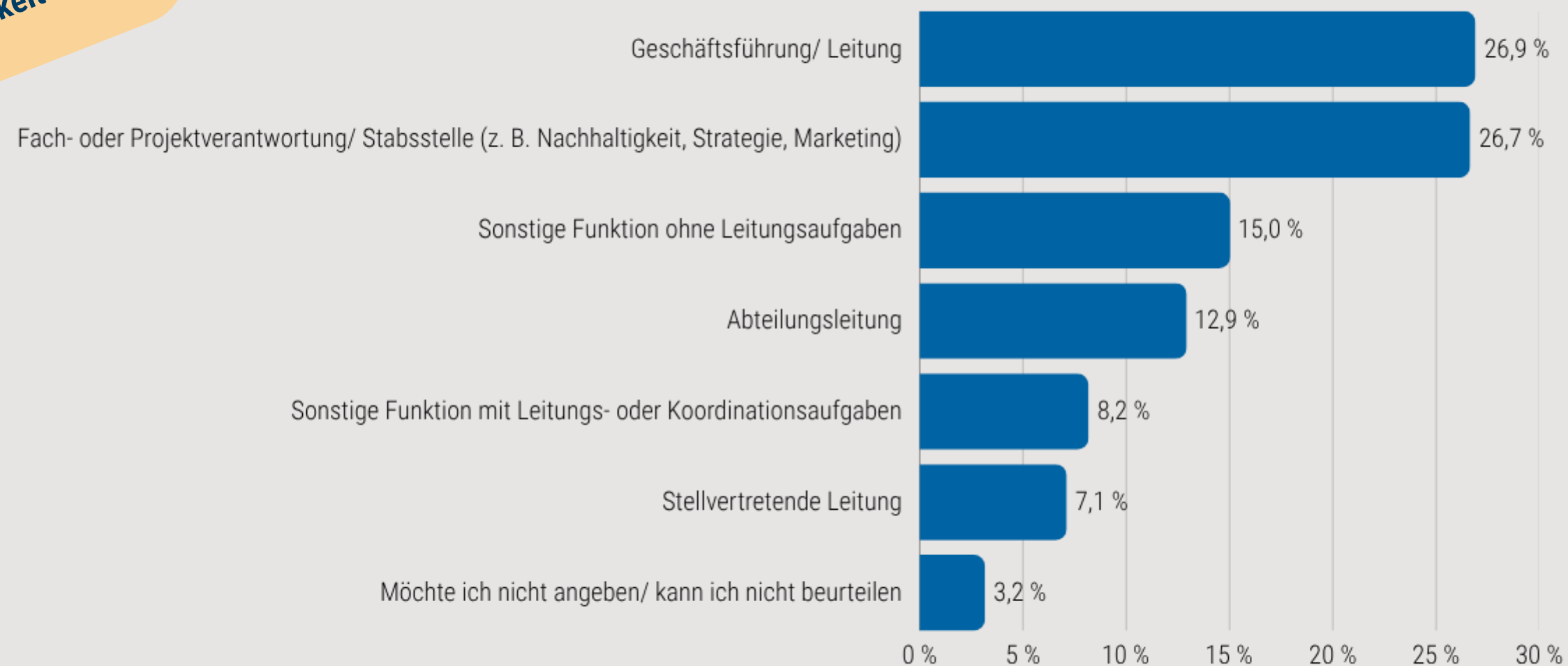
Frage: „Wie ist Ihre Organisation aktuell finanziert?“ | Umfragezeitraum: 25.02. – 27.03.2026 | n = 379

Freitextnennungen unter „Sonstiges“: Mitgliedsbeiträge, Einnahmen aus Geschäftsbetrieb, Verbandsbeiträge + eigene Einnahmen, PPP, Mitglieder und Landeszuschuss,

# Befragung bündelt Leitungs- und Fachperspektiven

Ergänzend zeigt sich: **Rund ein Viertel** der Teilnehmenden (24 %) integriert das Thema Nachhaltigkeit in der aktuellen Funktion **in den eigenen Tätigkeitsbereich**.

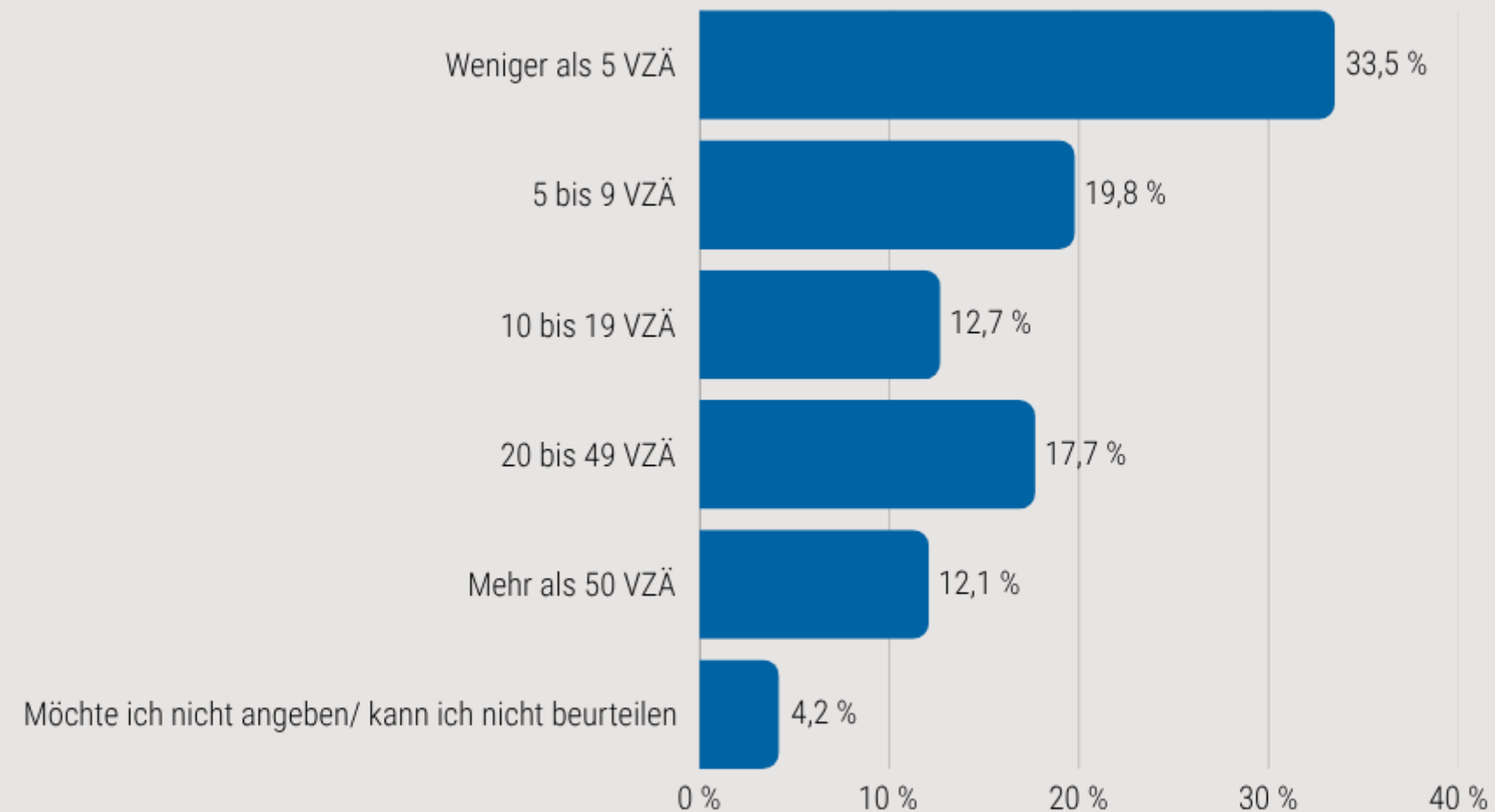
## Verteilung der Teilnehmenden nach Funktion innerhalb der Organisation



Frage: „Welche Funktion haben Sie aktuell in Ihrer Organisation?“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 379  
(Ergänzung: „Haben Sie in Ihrer aktuellen Funktion einen direkten Bezug zum Thema Nachhaltigkeit?“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 379)

# Personelle Ausstattung im Überblick

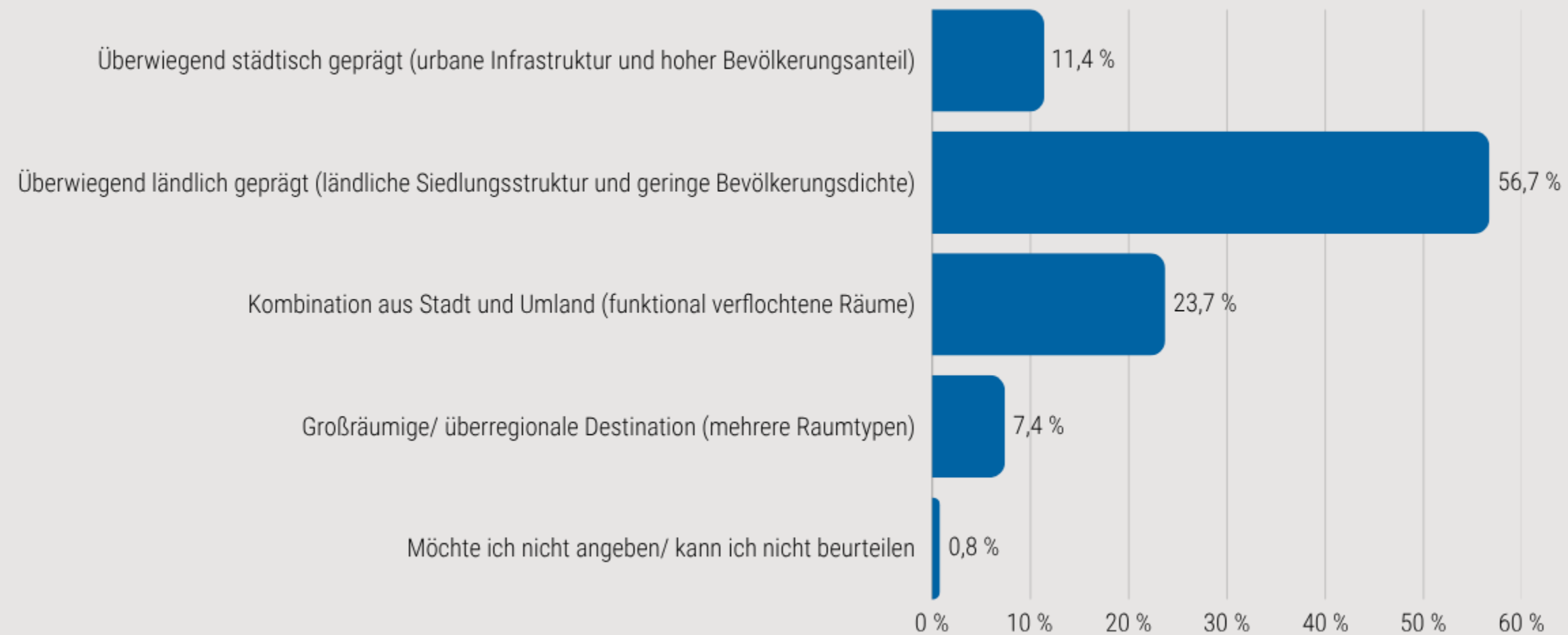
## Verteilung der teilnehmenden Organisationen nach personeller Gesamtgröße in Vollzeitäquivalenten



Wie viele Personen arbeiten derzeit in Ihrer Organisation (Vollzeitäquivalente)? Hinweis: Vollzeitäquivalente (VZÄ) beschreiben die Anzahl an Vollzeitstellen, die sich aus allen Beschäftigungsverhältnissen Ihrer Organisation ergibt. Teilzeitbeschäftigte werden anteilig berücksichtigt (z. B. zwei halbe Stellen entsprechen 1 VZÄ). Eine überschlägige Einschätzung ist ausreichend. | Umfragezeitraum: 25.02. – 27.03.2026 | n = 379

# Überwiegend ländlich geprägte Destinationen

## Verteilung der teilnehmenden Organisationen nach räumlichem Charakter ihrer Destination



Frage: „Wie würden Sie den räumlichen Charakter Ihrer Destination beschreiben?“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 379

# Kernaussagen



Die Befragung bildet vor allem die **lokale/ kommunale und regionale Tourismusebene** ab.



**Öffentliche Finanzierung bzw. Mischfinanzierungen** prägen die Finanzierungsstruktur der Organisationen.



Viele Organisationen verfügen über eine eher **kleine bis mittlere personelle Ausstattung**.



**Ländlich geprägte Destinationen** bilden den räumlichen Schwerpunkt der Stichprobe.

# Ergebnisse im Detail

1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen

## **1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung**

1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung

1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen

1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen

1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten

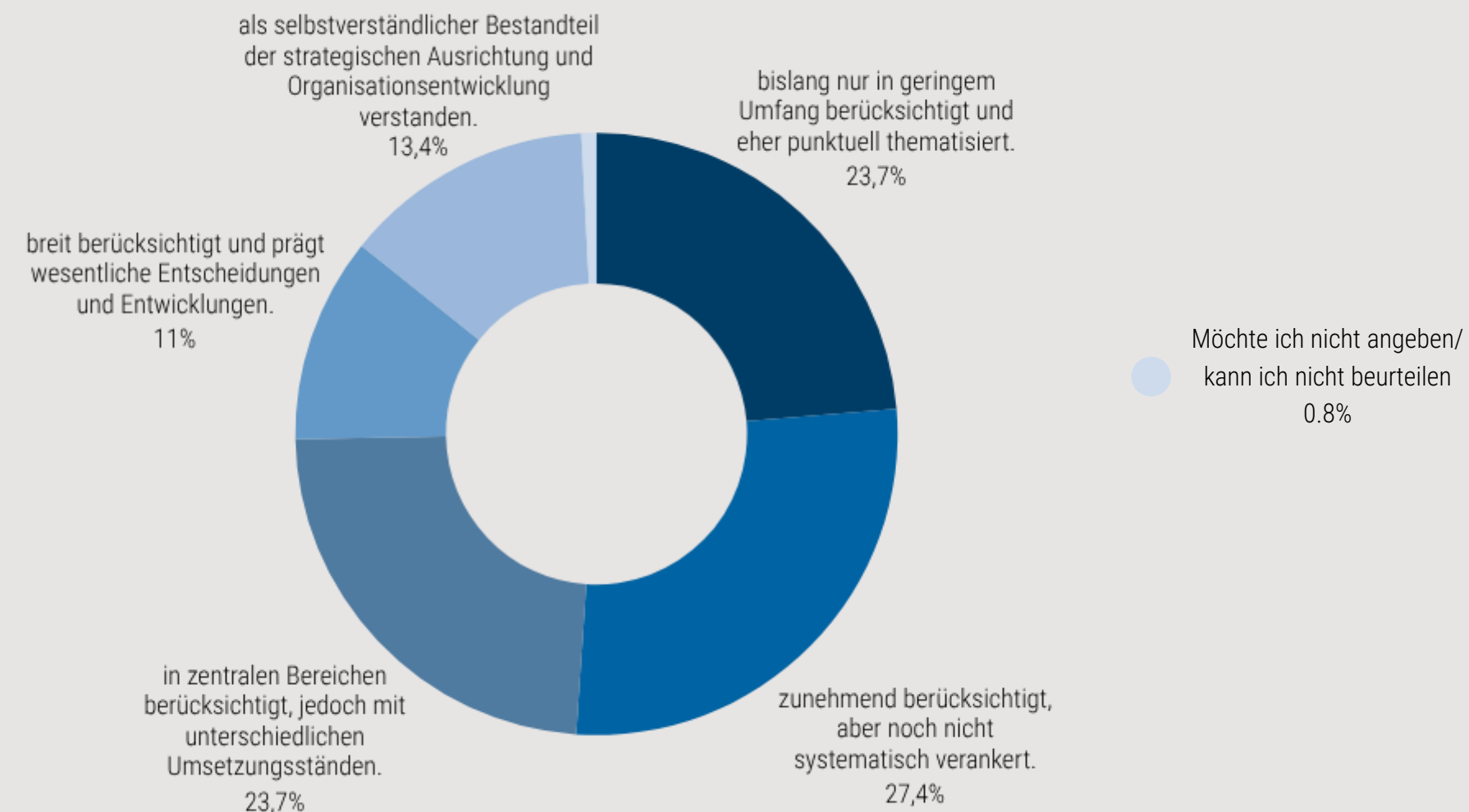
1. Wandel im Destinationsmanagement

1. Unterstützungsbedarfe

# Nachhaltigkeit ist unterschiedlich weit entwickelt

Ergänzend zeigt sich: **Rund zwei Drittel** der Organisationen (68,4 %) verfügen über ein **formales oder informelles Mandat zur Bearbeitung nachhaltiger Tourismusentwicklung.**

## Einschätzung des aktuellen Entwicklungsstands nachhaltiger Tourismusentwicklung in den teilnehmenden Organisationen



Frage: „Wie schätzen Sie den aktuellen Entwicklungsstand nachhaltiger Tourismusentwicklung in Ihrer Organisation ein? Nachhaltigkeit wird...“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 372

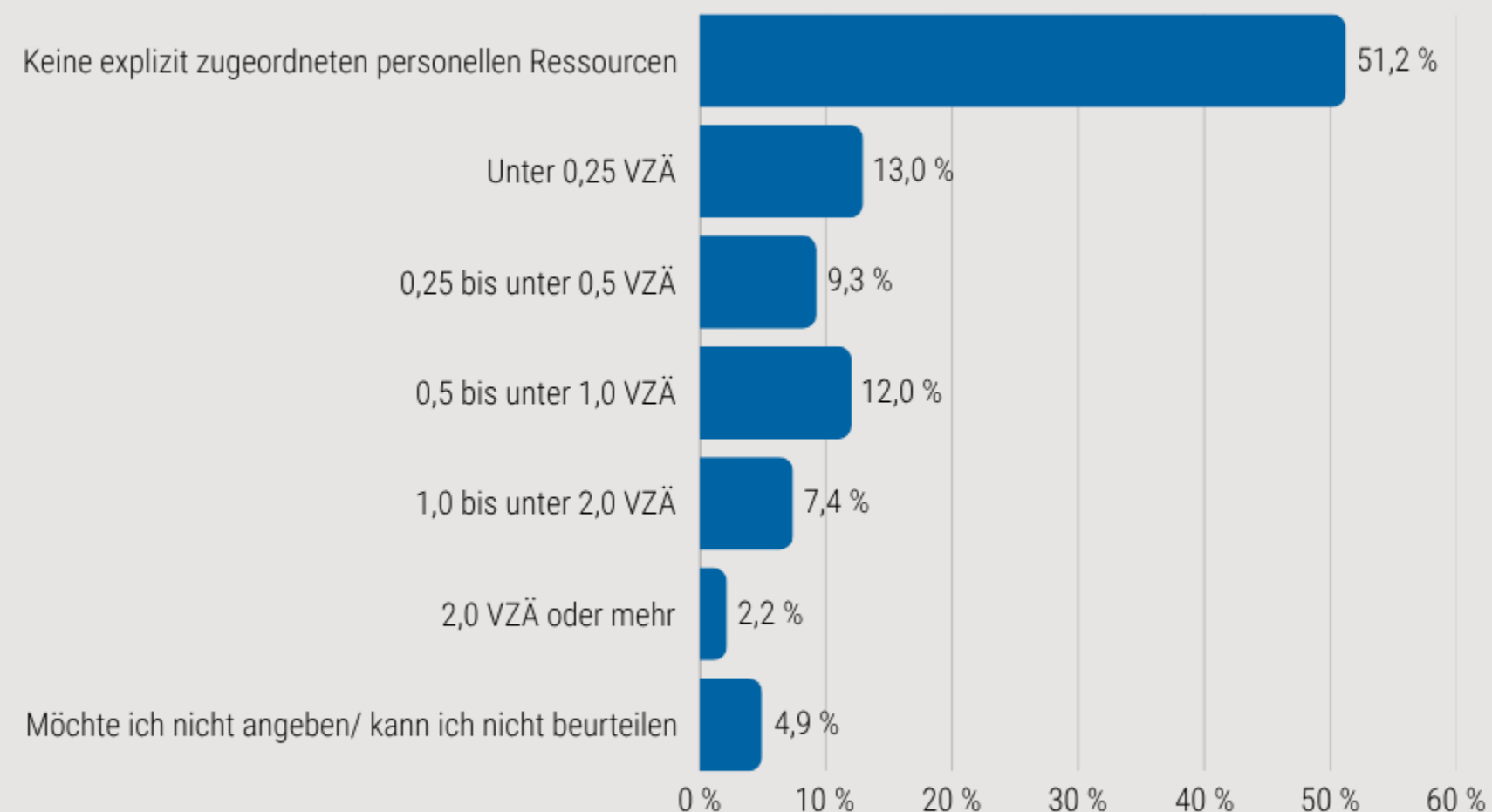
# Strategische Verankerung ist unterschiedlich ausgeprägt

| Strategische Verankerung von Nachhaltigkeit  | Ja      | Nein    | Weiß ich nicht | Gesamt |
|--|---------|---------|----------------|--------|
| Gibt es in Ihrer Organisation eine Strategie, in der Ziele und Maßnahmen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung verankert sind?   | 47,98 % | 47,35 % | 4,67%          | 321    |
| Wurde diese Strategie unter aktiver Beteiligung relevanter Akteure etwa durch Workshops, Fokusgruppen oder öffentliche Dialogveranstaltungen erarbeitet?   | 42,14 % | 50,17 % | 7,69%          | 299    |
| Ist für die Umsetzung der Strategie ein eigenes Budget vorgesehen (z. B. im Haushalt der DMO oder der Träger)?   | 21,93 % | 71,76 % | 6,31%          | 301    |
| Ist im Rahmen der Strategie eine systematische Überprüfung oder Zwischenbewertung (z. B. Halbzeitprüfung) vorgesehen oder bereits durchgeführt worden?   | 28,90 % | 61,13 % | 9,97%          | 301    |
| Sind in der Strategie Monitoring- oder Indikatorensysteme zur Überprüfung von Fortschritt und Wirkung nachhaltiger Tourismusentwicklung verankert?   | 22,26 % | 67,77 % | 9,97%          | 301    |
| Liegt ein Aktionsplan mit konkreten Maßnahmen, zeitlichem Bezug und klaren Zuständigkeiten zur Umsetzung der Strategie vor?  | 33,66 % | 59,74 % | 6,60%          | 303    |
| Sind für die nachhaltige Destinationsentwicklung strukturierte Kooperationen oder Netzwerke etabliert (z. B. feste Arbeitsgruppen, Gremien oder formale Vereinbarungen mit relevanten Akteuren)?   | 43,97 % | 49,84 % | 6,19%          | 307    |
| Gibt es für zentrale Natur- und/oder Kulturgüter in Ihrer Destination eine dauerhaft geregelte Zuständigkeiten (z. B. eigene Stelle, Fachbehörde oder institutionalisierte Managementstruktur), die im Kontext der Tourismusentwicklung eingebunden ist? | 44,23 % | 39,10%  | 16,67%         | 312    |
| Stehen Ihrer Organisation personelle Ressourcen (z. B. Stellenanteile oder Funktionen) für die Umsetzung nachhaltiger Tourismusentwicklung zur Verfügung?  | 37,74 % | 55,48 % | 6,77%          | 310    |

Frage: „Bitte geben Sie an, ob die folgenden Aussagen auf Ihre Organisation zutreffen.“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 299–321

# Mehrheit ohne explizite Personalressourcen

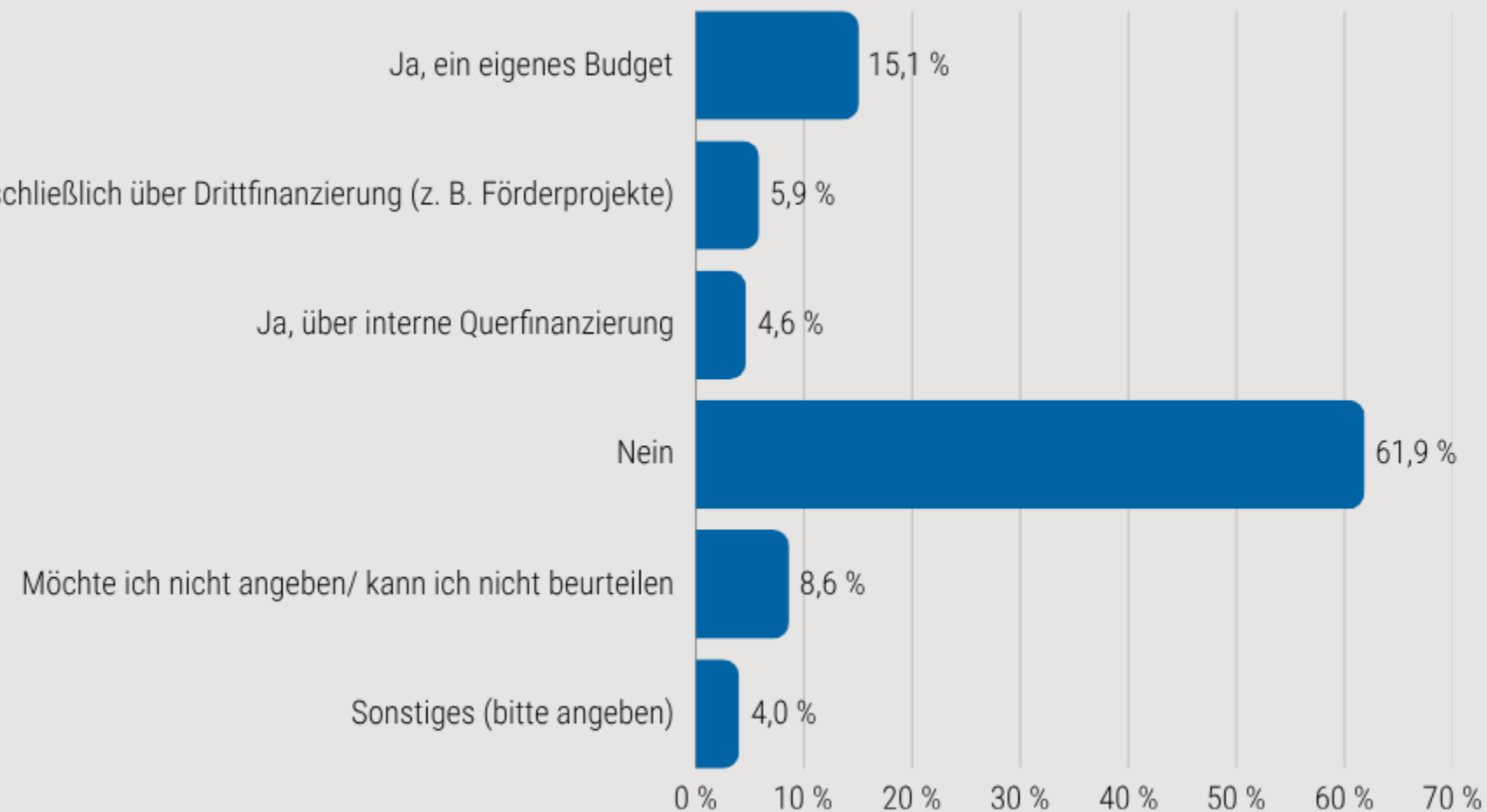
## Explizit eingesetzter personeller Umfang für nachhaltige Tourismusedwicklung in Vollzeitäquivalenten



Frage: „Wie hoch ist der personelle Umfang (Vollzeitäquivalente), der explizit für nachhaltige Tourismusedwicklung eingesetzt wird? Hinweis: Vollzeitäquivalente (VZÄ) beschreiben die Anzahl an Vollzeitstellen, die sich aus allen Beschäftigungsverhältnissen Ihrer Organisation ergibt. Teilzeitbeschäftigte werden anteilig berücksichtigt (z. B. zwei halbe Stellen entsprechen 1 VZÄ). Eine überschlägige Einschätzung ist ausreichend.“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 324

# ... und ohne klar ausgewiesenes Nachhaltigkeitsbudget

## Angaben zu Budgets und Finanzierungsformen für Nachhaltigkeitsaktivitäten



Ergänzend zeigt sich: Wenn ein **Budgetanteil** für Nachhaltigkeitsaktivitäten ausgewiesen wird, liegt dieser **überwiegend unter 10 %** des jährlichen Gesamtbudgets.

Frage: „Gibt es in Ihrer Organisation ein klar ausgewiesenes Budget für Nachhaltigkeitsaktivitäten?“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 325

Freitextnennungen unter „Sonstiges“: Drittmittelfinanzierung (Förderung, Beteiligung Wirtschaft, Kommunen) und Eigenmittel, Ja das gab es, aber es gibt kein neues Budget, Kombination aus eigenem Budget und Zuwendungen, Querschnittsthema, Jährliches Budget für die Nachhaltigkeitszertifizierung, Wird in allen Projekten mitgedacht, im Marketingbudget integriert, sowohl eigenes Budget als auch Förderprojekte, Projekte EFRE über Kreis, Projektmittel, Als Bestandteil des Marketingbudgets, im geringeren Umfang.

# Nachhaltigkeitszertifizierungen teilweise etabliert

## Angaben zu formalen Nachhaltigkeitszertifizierungen oder vergleichbaren extern geprüften Systemen

**31 % verfügen über eine Zertifizierung** oder ein vergleichbares extern geprüftes System (als Organisation, Destination oder beides).

Am häufigsten genannte Systeme: TourCert/ Nachhaltiges Reiseziel, Nationalpark-/Naturpark-/Biosphärenreservat-Partner, ÖKOPROFIT

**6 %** geben an, dass sich eine **Zertifizierung derzeit in Vorbereitung** befindet.

**58 %** verfügen über **keine entsprechende Zertifizierung**.

Frage: „Verfügt Ihre Organisation oder Destination über eine formale Nachhaltigkeitszertifizierung oder ein vergleichbares extern geprüftes System?“  
Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 321 (Ergänzung: „Bitte geben Sie die Zertifizierung(en) kurz an.“ | Freitextnennungen wurden inhaltlich kategorisiert; Mehrfachnennungen möglich | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 79)

# Kernaussagen



Die Organisationen befinden sich bei der **nachhaltigen Tourismusedwicklung auf unterschiedlichen Entwicklungsstufen.**



**Rund zwei Drittel** der Organisationen **verfügen** über ein **formales oder informelles Mandat zur Bearbeitung nachhaltiger Tourismusedwicklung.**



**Strategien zur nachhaltigen Tourismusedwicklung** sind **häufiger** vorhanden **als konkrete Steuerungsinstrumente** wie Budget, Monitoring oder systematische Zwischenbewertungen.



Die **Mehrheit** der Organisationen verfügt über **keine explizit zugeordneten Personalressourcen bzw. kein klar ausgewiesenes Nachhaltigkeitsbudget.**



**Rund ein Drittel** der Organisationen oder Destinationen **verfügt über eine formale Nachhaltigkeitszertifizierung** oder ein vergleichbares extern geprüftes System.

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung**
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe

# Mobilität, Natur- und Ressourcenschutz im Fokus

## Angaben zu zentralen Handlungsfeldern in der Dimension Ökologie

Top 3

|   | Ja     | Nein   | k. A.  | Gesamt |
|---|--------|--------|--------|--------|
| Sparsamer Umgang mit Umweltressourcen in der Destination (z. B. Abfallvermeidung, Mülltrennung, Wasser- und Energieeinsparung)  | 69,8 % | 20,0 % | 10,2 % | 305    |
| Umweltfreundliche Mobilität im Tourismus (z. B. Anreise mit Bahn/Bus, Angebote zur Nutzung des ÖPNV, Reduzierung des Autoverkehrs)  | 79,3 % | 13,8 % | 6,9 %  | 305    |
| Schutz von Natur, Landschaft und Biodiversität (z. B. Zusammenarbeit mit Naturschutzakteuren, Besucherlenkung, Schutz sensibler Gebiete)                                      | 73,8 % | 16,1 % | 10,2 % | 305    |
| Reduzierung von Treibhausgasemissionen im Tourismus (z. B. Energieeffizienz in Betrieben, klimafreundliche Angebote, Sensibilisierung von Gästen)                             | 45,7 % | 35,8 % | 18,5 % | 302    |
| Anpassung touristischer Angebote an die Folgen des Klimawandels (z. B. Umgang mit Hitze, Trockenheit oder Extremwetter, Berücksichtigung klimabedingter Risiken in Planungen) | 44,1 % | 40,5 % | 15,5 % | 304    |

Frage: „In welchen Themenfeldern stoßen Sie nachhaltige Entwicklungen in Ihrer Destination an oder setzen entsprechende Maßnahmen um?“ | Dimension Ökologie  
Umfragezeitraum: 25.02. – 27.03.2026 | n = 302–305

# Ökonomische Handlungsfelder breit verankert

## Angaben zu zentralen Handlungsfeldern in der Dimension Ökonomie

|   | Ja     | Nein   | k. A. | Gesamt |
|---|--------|--------|-------|--------|
| Förderung lokaler und fairer Wertschöpfung im Tourismus<br>(z. B. Einbindung regionaler Produkte, Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben, kurze Lieferketten) | 84,7 % | 9,1 %  | 6,2 % | 307    |
| Stärkung der wirtschaftlichen Zukunftsfähigkeit des Tourismus<br>(z. B. Verbesserung der Saisonalität, Diversifizierung touristischer Angebote)             | 71,7 % | 18,8 % | 9,5 % | 304    |

Frage: „In welchen Themenfeldern stoßen Sie nachhaltige Entwicklungen in Ihrer Destination an oder setzen entsprechende Maßnahmen um?“ | Dimension Ökonomie  
Umfragezeitraum: 25.02. – 27.03.2026 | n = 304–307

# Kultur und Teilhabe als zentrale Handlungsfelder

## Angaben zu zentralen Handlungsfeldern in der Dimension Sozio-Kultur

|   | Ja     | Nein   | k. A.  | Gesamt |
|---|--------|--------|--------|--------|
| Stärkung lebendiger Kultur<br>(z. B. Schutz regionaler Kultur, Erhalt kulturellen Erbes)  | 82,9 % | 11,5 % | 5,6 %  | 304    |
| Förderung von Gemeinschaft und sozialer Teilhabe im Tourismus<br>(z. B. Beteiligungsformate, Rücksichtnahme auf lokale Bedürfnisse, Förderung von Barrierefreiheit) | 71,7 % | 17,1 % | 11,2 % | 304    |
| Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Tourismus<br>(z. B. faire Bezahlung, stabile Beschäftigungsverhältnisse, Weiterbildung)                                      | 49 %   | 29,9 % | 21,1 % | 304    |

Frage: „In welchen Themenfeldern stoßen Sie nachhaltige Entwicklungen in Ihrer Destination an oder setzen entsprechende Maßnahmen um?“ | Dimension Sozio-Kultur  
Umfragezeitraum: 25.02. - 27.03.2026 | n = 304

# Kernaussagen



**Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusentwicklung** in den Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Sozio-Kultur werden **bereits von vielen Organisationen bearbeitet oder angestoßen.**



Besonders stark im Fokus stehen praxisnahe Themen: **Mobilität, regionale Wertschöpfung** sowie **lebendige Kultur.**



Ökologische Maßnahmen konzentrieren sich insbesondere auf **Mobilität, Natur- und Biodiversitätsschutz** sowie **Ressourcenschonung.**



Ökonomische Nachhaltigkeit wird vor allem über **regionale Wertschöpfung** und **wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit** adressiert.



Sozio-kulturelle Nachhaltigkeit zeigt sich insbesondere in Maßnahmen zu **lebendiger Kultur** sowie **Gemeinschaft und Teilhabe.**

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen**
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe

# Nachhaltigkeit in der Wahrnehmung der Leistungsträger

## Wahrnehmung und Diskussion von Nachhaltigkeit durch Leistungsträger der Destination

Nachhaltigkeit wird überwiegend ...



Frage: „Wie wird Nachhaltigkeit aktuell von der Mehrheit der Leistungsträger in Ihrer Destination wahrgenommen und diskutiert? Nachhaltigkeit wird überwiegend ...“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 307

# Nachhaltigkeit gewinnt weiter an Bedeutung

## Entwicklung der Bedeutung von Nachhaltigkeit in den vergangenen und den kommenden drei Jahren

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit hat sich in unserer Organisation **in den letzten drei Jahren ...**

|                           | % der Befragten |
|---------------------------|-----------------|
| deutlich verringert       | 0,7 %           |
| eher verringert           | 5,2 %           |
| nicht verändert           | 19,2 %          |
| <b>eher erhöht</b>        | <b>52 %</b>     |
| deutlich erhöht           | 17,9 %          |
| Kann ich nicht beurteilen | 5,2 %           |

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit wird sich in unserer Organisation **in den kommenden drei Jahren ...**

|                           | % der Befragten |
|---------------------------|-----------------|
| deutlich verringern       | 0,7 %           |
| eher verringern           | 3 %             |
| nicht verändern           | 16,2 %          |
| <b>eher erhöhen</b>       | <b>57,6 %</b>   |
| deutlich erhöhen          | 14,5 %          |
| Kann ich nicht beurteilen | 8,1 %           |

Fragen: „Wie hat sich die Bedeutung von Nachhaltigkeit in Ihrer Organisation verändert und welche Entwicklung erwarten Sie künftig? Die Bedeutung von Nachhaltigkeit hat sich in unserer Organisation in den letzten drei Jahren .../ Die Bedeutung von Nachhaltigkeit wird sich in unserer Organisation in den kommenden drei Jahren ...“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 308/ 297

# Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal

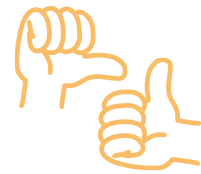
## Angaben zur Außenkommunikation von Nachhaltigkeit

Wir kommunizieren Nachhaltigkeit nach außen als ...

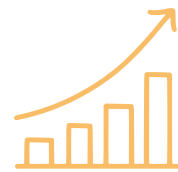


Frage: „Wir kommunizieren Nachhaltigkeit nach außen als ... (Mehrfachauswahl möglich)“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 306

# Kernaussagen



**Nachhaltigkeit** wird **bei Leistungsträgern** überwiegend **neutral bis positiv** wahrgenommen.



Die **Bedeutung von Nachhaltigkeit** hat in den Organisationen **in den vergangenen drei Jahren deutlich** zugenommen.



Auch für die **kommenden drei Jahre** wird überwiegend eine **weitere Bedeutungszunahme** erwartet.



**Nachhaltigkeit** wird in der Außenkommunikation vor allem **als Qualitätsmerkmal** **des touristischen Angebots positioniert**.

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen**
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe

# Zeit, Prioritäten und Personal hemmen die Umsetzung

## Organisationsinterne Faktoren, die die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung erschweren

| Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in unserer Organisation wird aktuell dadurch erschwert, dass ... | Trifft gar nicht zu | Trifft eher nicht zu | Trifft teils/teils zu | Trifft eher zu | Trifft voll zu | Keine Angabe | Gesamt |
|---|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|--------|
| personelle Kapazitäten fehlen.  | 4,3 %               | 6,6 %                | 19,9 %                | 27,8 %         | 37,4 %         | 4 %          | 302    |
| zeitliche Ressourcen im Arbeitsalltag begrenzt sind.  | 2 %                 | 4,3 %                | 14,2 %                | 34,7 %         | 41,6 %         | 3,3 %        | 303    |
| andere Aufgaben höhere Prioritäten haben.   | 2,6 %               | 5,9 %                | 14,5 %                | 33 %           | 41,6 %         | 2,3 %        | 303    |
| Zuständigkeiten oder Rollen unklar geregelt sind.   | 15,3 %              | 26,9 %               | 21,3 %                | 14,6 %         | 16 %           | 6 %          | 301    |
| Know-how im Bereich Nachhaltigkeit fehlt.   | 15,8 %              | 25,4 %               | 27,1 %                | 18,5 %         | 8,9 %          | 4,3 %        | 303    |
| Nachhaltigkeit strategisch nicht ausreichend verankert ist.   | 11,9 %              | 18,8 %               | 22,4 %                | 18,8 %         | 23,1 %         | 5 %          | 303    |

Fragen: „Organisationsinterne Faktoren: Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in unserer Organisation wird aktuell dadurch erschwert, dass ...“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 301–303

# Finanzierung als zentrale externe Herausforderung

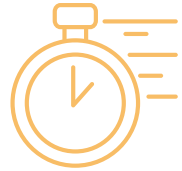
## Organisationsexterne Faktoren, die die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung erschweren

| Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in unserer Organisation wird aktuell dadurch erschwert, dass ... | Trifft gar nicht zu | Trifft eher nicht zu | Trifft teils/teils zu | Trifft eher zu | Trifft voll zu | Keine Angabe | Gesamt |
|---|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|--------|
| finanzielle Ressourcen fehlen.  | 3.30%               | 6.27%                | 14.85%                | 30.03%         | 40.92%         | 4.62%        | 303    |
| Entscheidungsprozesse außerhalb der Organisation langwierig sind.                                       | 3.30%               | 9.90%                | 19.47%                | 30.69%         | 26.73%         | 9.90%        | 303    |
| Nachhaltigkeitsziele aktuell nicht unterstützt werden.  | 6.62%               | 23.84%               | 28.48%                | 17.88%         | 11.26%         | 11.92%       | 302    |
| Förderstrukturen und bürokratische Anforderungen Projekte erschweren.                                   | 4.65%               | 11.30%               | 17.28%                | 29.57%         | 21.26%         | 15.95%       | 301    |
| Nachhaltigkeit nicht als Wettbewerbsvorteil wahrgenommen wird.  | 5.32%               | 13.62%               | 26.91%                | 28.90%         | 15.95%         | 9.30%        | 301    |

Fragen: „Organisationsexterne Faktoren: Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in unserer Organisation wird aktuell dadurch erschwert, dass ...“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 301–303

# Kernaussagen



Die **Umsetzung** nachhaltiger Entwicklung wird organisationsintern vor allem **durch begrenzte Zeitressourcen, konkurrierende Aufgabenprioritäten** und **fehlende personelle Kapazitäten** erschwert.



**Unklare Zuständigkeiten** und **fehlendes Know-how** werden ebenfalls genannt, treten aber gegenüber Zeit-, Prioritäts- und Personalfragen **weniger stark hervor**.



**Organisationsextern** stellen insbesondere **fehlende finanzielle Ressourcen** eine zentrale Herausforderung dar.



Darüber hinaus **erschweren lange Entscheidungsprozesse** sowie **Förderstrukturen** und **bürokratische Anforderungen** die **Umsetzung** nachhaltiger Entwicklung.

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten**
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe

# Daten und Kennzahlen liegen bisher nur in Ansätzen vor

**Daten und Kennzahlen** zu zentralen Nachhaltigkeitsthemen **liegen häufig noch nicht umfassend vor**:  
**46 %** der Organisationen verfügen über **keine entsprechenden Datengrundlagen**, **36 %** lediglich **über Ansätze**.

| Vorhandene Daten oder Kennzahlen werden in unserer Organisation genutzt, um ... | Trifft gar nicht zu | Trifft eher nicht zu | Trifft teils/teils zu | Trifft eher zu | Trifft voll zu | Keine Angabe | Gesamt |
|---|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|--------|
| strategische Entscheidungen zu unterstützen.                                    | 7,7 %               | 7,4 %                | 19,3 %                | 24,2 %         | 8,4 %          | 33 %         | 285    |
| Fortschritte und Entwicklungen intern zu reflektieren.                          | 8,1 %               | 7,4 %                | 13,3 %                | 28,8 %         | 10,2 %         | 32,3 %       | 285    |
| gegenüber externen Akteuren (z. B. Trägern, Politik) zu berichten.              | 6 %                 | 7 %                  | 15,9 %                | 29,6 %         | 10,6 %         | 31 %         | 284    |

Fragen: „Liegen in Ihrer Organisation für zentrale Nachhaltigkeitsthemen relevante Daten oder Kennzahlen vor?“ / „Organisationsexterne Faktoren: Die Umsetzung nachhaltiger Entwicklung in unserer Organisation wird aktuell dadurch erschwert, dass ...“  
 Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 303/ 301–303

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement**
- 1. Unterstützungsbedarfe

# Erweitertes Rollenverständnis

## Einschätzungen zum Aufgaben- und Rollenverständnis der Organisationen

| Unsere Organisation ...   | Trifft gar nicht zu | Trifft eher nicht zu | Trifft teils/teils zu | Trifft eher zu | Trifft voll zu | Keine Angabe | Gesamt |
|---|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|--------|
| übernimmt Aufgaben, die über touristisches Marketing hinausgehen.   | 2,7 %               | 8,5 %                | 7,8 %                 | 25 %           | 52 %           | 4,1 %        | 296    |
| versteht die Koordination zwischen Anspruchsgruppen (z. B. Politik, Wirtschaft, Zivilgesellschaft) als eine zentrale Aufgabe. | 3,7 %               | 5,8 %                | 20,3 %                | 31,5 %         | 35,3 %         | 3,4 %        | 295    |
| setzt Impulse für Entwicklungsprozesse in der Destination.  | 3,8 %               | 8,2 %                | 17,1 %                | 32,4 %         | 35,2 %         | 3,4 %        | 293    |
| verbindet touristische mit anderen relevanten Themenfeldern (z. B. Mobilität, Regionalentwicklung, Lebensqualität).           | 2 %                 | 5,4 %                | 16,6 %                | 33,6 %         | 39,3 %         | 3,1 %        | 295    |

Fragen: „Bitte geben Sie an, inwiefern die jeweiligen Aussagen auf Ihre Organisation zutreffen. 1) Aufgaben- und Rollenverständnis, Unsere Organisation ...“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 293–296

# Steuerung bleibt anspruchsvoll

## Einschätzungen zur internen Steuerung und Koordination übergreifender Themenfelder

| Unsere Organisation ...   | Trifft gar nicht zu | Trifft eher nicht zu | Trifft teils/teils zu | Trifft eher zu | Trifft voll zu | Keine Angabe | Gesamt |
|---|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|--------|
| hat klare Zuständigkeiten für übergreifende Themenfelder (z. B. Mobilität, Tourismusakzeptanz). | 7,8 %               | 21,3 %               | 27,7 %                | 25 %           | 13,2 %         | 5,1 %        | 296    |
| kann aktuelle Themen und Interessen innerhalb der Destination moderieren.                       | 3,1 %               | 14,6 %               | 28,2 %                | 30,6 %         | 15,7 %         | 7,8 %        | 294    |
| setzt bei konkurrierenden Aufgaben und Themen klare Prioritäten.                                | 4,1 %               | 9,2 %                | 32,8 %                | 30,7 %         | 11,3 %         | 12 %         | 293    |

Fragen: „Bitte geben Sie an, inwiefern die jeweiligen Aussagen auf Ihre Organisation zutreffen. 2) Interne Steuerung und Koordination, Unsere Organisation ...“  
 Umfragezeitraum: 25.02.-27.03.2026 | n = 293-296

# Organisationen lernen aus Veränderung

## Einschätzungen zum Umgang mit Veränderungen und langfristigen Anforderungen

| Unsere Organisation ...  | Trifft gar nicht zu | Trifft eher nicht zu | Trifft teils/teils zu | Trifft eher zu | Trifft voll zu | Keine Angabe | Gesamt |
|--|---------------------|----------------------|-----------------------|----------------|----------------|--------------|--------|
| führt projektbezogene Aufgaben über einzelne Projektlaufzeiten hinaus fort.                                  | 3 %                 | 8,5 %                | 26,4 %                | 32,1 %         | 17,6 %         | 12,5 %       | 296    |
| integriert neue Anforderungen in bestehende Arbeitsstrukturen, statt sie nur als Zusatzaufgabe zu behandeln. | 3,1 %               | 6,8 %                | 27,1 %                | 40 %           | 15,3 %         | 8,8 %        | 295    |
| nutzt Erfahrungen aus Projekten, Krisen oder Veränderungen, um Strukturen oder Arbeitsweisen anzupassen.     | 2 %                 | 3,7 %                | 21,6 %                | 39,2 %         | 25 %           | 8,5 %        | 296    |

Fragen: „Bitte geben Sie an, inwiefern die jeweiligen Aussagen auf Ihre Organisation zutreffen. 3) Umgang mit Veränderungen und langfristigen Anforderungen, Unsere Organisation ...“ | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 293–296

# Kernaussagen



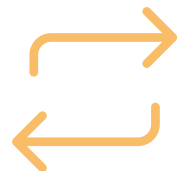
Tourismusorganisationen übernehmen vielfach **Aufgaben**, die **über touristisches Marketing hinausgehen**.



**Koordination** zwischen Anspruchsgruppen, **Entwicklungsimpulse** und die **Verbindung relevanter Themenfelder prägen** zunehmend das **Rollenverständnis** im Destinationsmanagement.



Die **interne Steuerung übergreifender Themenfelder bleibt anspruchsvoll**, insbesondere bei Zuständigkeiten, Moderation und Priorisierung.



**Veränderungen, Krisen** und **neue Anforderungen werden** von vielen Organisationen **genutzt**, um Strukturen und Arbeitsweisen weiterzuentwickeln.

# Ergebnisse im Detail

- 1. Organisationsprofil der teilnehmenden Organisationen
- 1. Strategische Verankerung und Ressourcenausstattung nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Zentrale Handlungsfelder nachhaltiger Tourismusedwicklung
- 1. Bedeutung von Nachhaltigkeit und aktuelle Entwicklungen
- 1. Organisationsinterne und externe Herausforderungen
- 1. Monitoring und Nachhaltigkeitsdaten
- 1. Wandel im Destinationsmanagement
- 1. Unterstützungsbedarfe**

# Personal und Förderung im Fokus

## Einschätzung zentraler Unterstützungsbedarfe auf Organisationsebene

| Organisation (intern)   | Nicht relevant | Eher weniger relevant | Teils/teils | Eher relevant | Sehr relevant | Keine Angabe | Gesamt |
|---|----------------|-----------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|--------|
| Klare Zuständigkeiten für die Bearbeitung von Nachhaltigkeit                        | 3,1 %          | 7,3 %                 | 14,2 %      | 37 %          | 36,7 %        | 1,7 %        | 289    |
| Ausreichende personelle Ressourcen für die Bearbeitung von Nachhaltigkeit           | 0,7 %          | 1,7 %                 | 5,5 %       | 28,7 %        | 61,9 %        | 1,4 %        | 289    |
| Praxistaugliche Nachhaltigkeitskennzahlen für den Tourismus                         | 1 %            | 3,5 %                 | 17,2 %      | 37,6 %        | 37,9 %        | 2,8 %        | 290    |
| Bundesweit gültige Leitlinien für eine nachhaltige Tourismusplanung                 | 2,4 %          | 9,7 %                 | 19,7 %      | 30,1 %        | 33,6 %        | 4,5 %        | 289    |
| Auf den Tourismus zugeschnittene finanzielle Anreize und staatliche Förderprogramme | 0,7 %          | 1,7 %                 | 11,4 %      | 28,6 %        | 54,8 %        | 2,8 %        | 290    |

Fragen: „Was braucht es aus Ihrer Sicht, um nachhaltige Tourismusedwicklung in Ihrer Destination weiter voranzubringen? 1) Organisation (intern).“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 289–290

# Leistungsträger brauchen Information und Aktivierung

## Einschätzung zentraler Unterstützungsbedarfe mit Blick auf touristische Leistungsträger

| Touristische Leistungsträger  | Nicht relevant | Eher weniger relevant | Teils/teils | Eher relevant | Sehr relevant | Keine Angabe | Gesamt |
|---|----------------|-----------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|--------|
| Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote im Bereich nachhaltiger Tourismus | 0,3 %          | 4,5 %                 | 18,6 %      | 44,5 %        | 29,7 %        | 2,4 %        | 290    |
| Mehr Transparenz zur Qualität bestehender Nachhaltigkeitszertifizierungen     | 1,4 %          | 7,2 %                 | 19,7 %      | 36,6 %        | 31,7 %        | 3,4 %        | 290    |
| Gezielte Informationsangebote zum Nutzen nachhaltiger Maßnahmen               | 1,4 %          | 2,1 %                 | 9,7 %       | 43,1 %        | 40,3 %        | 3,5 %        | 290    |
| Stärkeres Engagement touristischer Betriebe auf Angebotsebene                 | 0,3 %          | 1,4 %                 | 14,5 %      | 35,5 %        | 44,5 %        | 3,8 %        | 290    |

Fragen: „Was braucht es aus Ihrer Sicht, um nachhaltige Tourismusedwicklung in Ihrer Destination weiter voranzubringen? 2) Touristische Leistungsträger.“

Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 290

# Bewusstsein und konkrete Optionen für Gäste

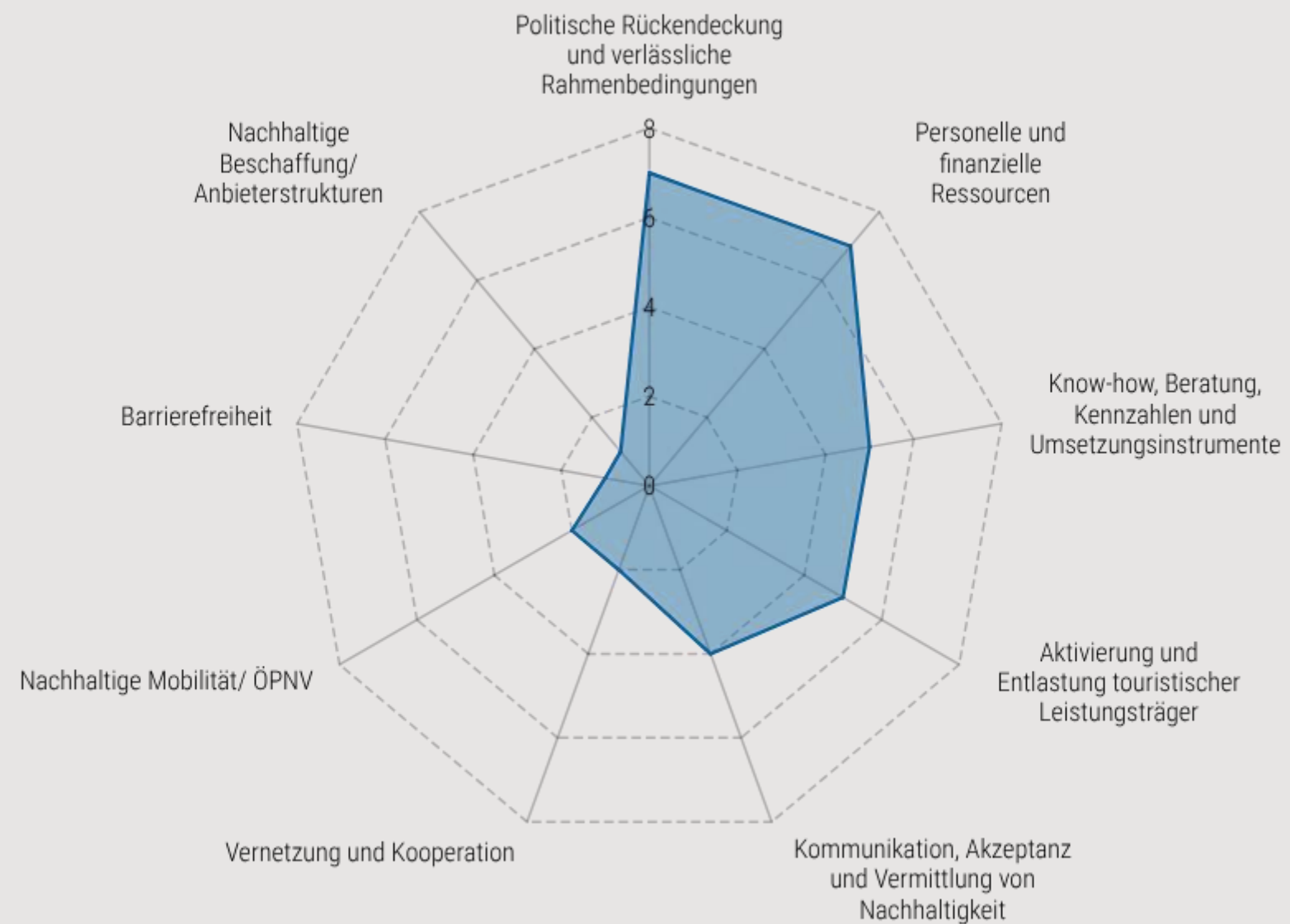
## Einschätzung zentraler Unterstützungsbedarfe mit Blick auf Gäste

| Gäste  | Nicht relevant | Eher weniger relevant | Teils/teils | Eher relevant | Sehr relevant | Keine Angabe | Gesamt |
|--|----------------|-----------------------|-------------|---------------|---------------|--------------|--------|
| Konkrete Optionen für nachhaltigeres Verhalten vor Ort | 1,1 %          | 3,6 %                 | 16,9 %      | 43,2 %        | 32,4 %        | 2,9 %        | 278    |
| Stärkeres Bewusstsein für nachhaltiges Reisen          | 1,4 %          | 3,2 %                 | 17,8 %      | 38,5 %        | 36,4 %        | 2,8 %        | 286    |

Fragen: „Was braucht es aus Ihrer Sicht, um nachhaltige Tourismusentwicklung in Ihrer Destination weiter voranzubringen? 3) Gäste.“  
 Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 278–286

# Weitere Unterstützungsbedarfe im Überblick

## Kategorisierte Freitextangaben zu Unterstützungsbedarfen für nachhaltige Tourismusedwicklung



Frage: „Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Unterstützungsbedarfe, die bislang nicht berücksichtigt wurden?“ | Dargestellt ist die Anzahl der Nennungen je Kategorie. Freitextangaben wurden inhaltlich kategorisiert; Mehrfachzuordnungen möglich | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 22 inhaltlich auswertbare Angaben.

# Weitere Unterstützungsbedarfe im Überblick

## Ausgewählte Freitextangaben zu ergänzenden Bedarfen für nachhaltige Tourismusedwicklung

### Politische Rückendeckung und verlässliche Rahmenbedingungen

„Die politischen Rahmenbedingungen dürfen sich nicht ständig ändern. Es braucht Kontinuität und Verlässlichkeit, um Vertrauen in unseren Weg zur nachhaltigen Entwicklung nicht wieder zu verspielen.“

### Personelle und finanzielle Ressourcen

„Eine wesentliche höhere finanzielle und personelle Ausstattung der Organisation; im besten Falle eine institutionelle Pauschalförderung.“

### Know-how, Beratung, Kennzahlen und Umsetzungsinstrumente

„Wir brauchen klare einheitliche KPIs, um Zahlen vorstellen zu können. Im Bereich Nachhaltigkeit ist es nicht selbstverständlich.“

„Vielen Organisationen – auch außerhalb des Tourismus – fehlt es an Knowhow, wie man aus einer Strategie konkrete Zeitpläne und Maßnahmen ableitet. So bleiben viele gute Strategiepapiere reine Papiertiger.“

Frage: „Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Unterstützungsbedarfe, die bislang nicht berücksichtigt wurden?“ | Freitextangaben wurden inhaltlich kategorisiert; Mehrfachzuordnungen möglich | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026 | n = 22 inhaltlich auswertbare Angaben.

# Kernaussagen



DMOs haben Unterstützungsbedarf bei **personellen Ressourcen** und auf den Tourismus zugeschnittener **finanzieller Unterstützung**.



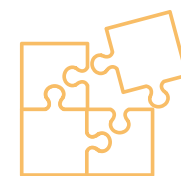
Aus Sicht der DMOs benötigen **touristische Leistungsträger** vor allem **gezielte Informationsangebote, Weiterbildung/Qualifizierung** und **stärkeres Engagement auf Angebotsseite**.



Als besonders relevant für **Gäste** schätzen DMOs insbesondere **konkrete Optionen für nachhaltigeres Verhalten** vor Ort sowie ein **stärkeres Bewusstsein für nachhaltiges Reisen** ein.



Bei Rahmenbedingungen und Steuerung steht die **Akzeptanz in der lokalen Bevölkerung im Vordergrund**; regulative Instrumente werden differenzierter bewertet.



Die **Freitextangaben** ergänzen diese Ergebnisse: Besonders hervorgehoben werden **politische Rücken- deckung, verlässliche Rahmenbedingungen** sowie **personelle und finanzielle Ressourcen**.

# Ergänzende Gedanken zum Thema der Befragung

## Ausgewählte Freitextangaben zu weiteren Hinweisen und Anmerkungen

„Die Bedeutung des Themas muss gesamtgesellschaftlich wieder nach vorne gebracht werden.“

„Es muss (wieder) ein viel breiteres gesellschaftliches Bewusstsein für das Thema entstehen. Angesichts der aktuellen Weltlage aber ein herausforderndes Thema.“

„Nachhaltigkeit ist ein so komplexes Thema, das weit über den Tourismus hinausgeht und mit zahlreichen interdisziplinären Querverbindungen besetzt ist. Nachhaltigkeit darf nicht nur ein "Modewort" sein (mit dem sich auch die Politik nur schmücken will), man muss es durch und durch mit Leben füllen.“

„Es müsste eine Pflichtaufgabe werden. Gerade im öffentlichen Dienst werden sonst andere Dinge priorisiert und keine Mittel für Nachhaltigkeit eingeplant, nur, weil ein Mitarbeiter das Thema für wichtig erachtet.“

„Nachhaltigkeit scheitert fast nie an zu wenig vorhandenem Wissen, sondern meist am Willen der Geschäftsführung, diese Themen strategisch als Grundlage konsequent zu verankern.“

„Nachhaltigkeit ist für uns ein Querschnittsthema, welches überall mitgedacht wird, aber nicht immer unter dem Titel der "Nachhaltigkeit". Ansonsten verwässert der Begriff im Laufe der Jahre.“

Frage: „Gibt es aus Ihrer Sicht weitere Hinweise oder Anmerkungen zum Thema?“ | Freitextangaben | Umfragezeitraum: 25.02.–27.03.2026  
n = 24 inhaltlich auswertbare Angaben.

# Kontakt

## Für Rückfragen zur Befragung

Sven Wolf  
Deutscher Tourismusverband e.V.  
Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin  
[wolf@deutschertourismusverband.de](mailto:wolf@deutschertourismusverband.de)  
[www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)

Prof. Dr. Martin Balas  
reCET UG (haftungsbeschränkt)  
Coppistraße 3, 16227 Eberswalde  
[kontakt@recet.de](mailto:kontakt@recet.de)  
[www.reCET.de](http://www.reCET.de)

Mai 2026



GEFÖRDERT DURCH DAS BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ MIT MITTELN DES  
BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT, KLIMASCHUTZ, NATURSCHUTZ UND NUKLEARE SICHERHEIT