



Nachhaltigkeitsbewertung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein

**Ist-Analyse und Handlungsbedarf auf dem
Weg zu einem „Nachhaltigen Reiseziel“**

HOCHSCHULE RHEIN-WAAL
FAKULTÄT GESELLSCHAFT UND ÖKONOMIE
ERSTPRÜFER: PROF. DR. DIRK REISER
ZWEITPRÜFERIN: VANESSA MEINEN

**Nachhaltigkeitsbewertung der
Tourismusregion Siegen-Wittgenstein**
**Ist-Analyse und Handlungsbedarf auf dem Weg zu
einem „Nachhaltigen Reiseziel“**

Bachelorarbeit
im Studiengang
Nachhaltiger Tourismus
zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts

vorgelegt von

Lea Isabel Matern
Matrikelnummer: 25121

Abgabedatum: 20. Juli 2022

Eines der weltweit bedeutendsten Themen der heutigen Zeit stellt die Nachhaltigkeit dar. Bei den zunehmend sichtbaren Folgen des Klimawandels und der Umweltverschmutzung nimmt der öffentliche Diskurs über grundlegende Umstrukturierungen stetig zu (Göbl, 2021, S. 17; Görgen, 2021, S. 50; Pufé, 2014, S. 20). Ebenso tragen der demographische Wandel sowie strukturelle gesellschaftliche Veränderungen zu einem Umdenken bei (Braun, Loew & Clausen, 2008, S. 5). Der Tourismus ist Mitverursacher der klimatischen Veränderungen und der Umweltverschmutzung. Vor allem unter Berücksichtigung des starken Wachstums in den letzten Jahrzehnten nehmen die Belastungen mit ausgeprägter Dynamik zu (1950: 25 Millionen, 2019: 1,4 Milliarden internationale touristische Ankünfte (UNWTO, 1976; 2022 online)). Bei der Betrachtung des rasanten Anstiegs wird deutlich, dass die Reisebranche sich reformieren muss. Es werden zunehmend Innovationen und neue Ansätze gefordert, denn ohne den Schutz der Umwelt und der lokalen Bevölkerung ist auf Dauer auch das touristische Angebot in Gefahr (Augsbach, 2020, S. 1 f.).

In diesem Zusammenhang sollen aber nicht nur die Risiken und Herausforderungen der touristischen Entwicklung, sondern insbesondere die Chancen der nachhaltigen Ausrichtung betont werden. Zum Beispiel können wichtige Nischenmärkte erschlossen und Geschäftspotentiale ausgenutzt werden (Braun, Loew & Clausen, 2008, S. 5). Pufé (2014, S. 20 f.) spricht sogar von Nachhaltigkeit als „Innovationsspritze“ und als „Querschnittsthema“, welches alle Lebensbereiche durchdringt.

Im Bereich der touristischen Destinationen findet ebenfalls ein Wandel statt. Immer mehr Reiseziele in Deutschland implementieren Nachhaltigkeitsstrategien in die Managementtätigkeiten und lassen sich dies von internationalen Zertifizierungsorganisationen wie beispielsweise TourCert bestätigen (Deutscher Tourismusverband e. V., 2017, online). Dadurch kommt es zu Steigerung des Wettbewerbs zwischen den Regionen und Ortschaften. Dementsprechend richten sich immer mehr Destinationsmanagementorganisationen (DMO) strategisch nachhaltig aus.

Problemstellung – Zertifizierungssystem für Destinationen

Auf Destinationsebene Nachhaltigkeit umfänglich umzusetzen, ist aufgrund des komplexen Gefüges zumeist schwierig. Zielgebiete sind geprägt von zahlreichen Stakeholdern sowie unterschiedlichen Verantwortungs- und Anforderungsbereichen (Rein & Strasdas, 2017, S. 288). Aufgrund dieses Umstands hat sich die Implementierung von Zertifizierungssystemen für Zielgebiete noch nicht ausreichend etabliert. Die Überprüfung der Nachhaltigkeit mittels Indikatoren, die diese hinreichend abbilden und zugleich anwendungsfreundlich sind, gestaltet sich äußerst umfangreich (Rein & Strasdas, 2017, S. 319). Folglich wird in dem Zusammenhang eine eindimensionale Betrachtungsweise angenommen. Dabei überwiegen vor allem ökologische Aspekte. Aufgrund dessen werden solche Zertifizierungen zumeist Ecolabels genannt (Comploi, 2010, S. 20). Auch hier besteht die Problematik, dass die Nachhaltigkeit nicht ausreichend abgebildet ist. Es muss dazu übergegangen werden, sich mit Zertifizierungssystemen auseinanderzusetzen, die alle Dimensionen umfassen und auf Destinationen anwendbar sind (Rein & Strasdas, 2017, S. 319). Ein Beispiel dafür ist die Destinationszertifizierung „Nachhaltiges Reiseziel“, welche vom Bundesministerium Baden-Württemberg und TourCert gemeinsam entwickelt wurde. Laut TourCert (o.J.-b, online) handelt es sich um die erste Zertifizierung im deutschsprachigen Raum, welche alle Stakeholder berücksichtigt und die Destination als Ganzes betrachtet. Derzeit sind 14 Destinationen in Deutschland als „Nachhaltiges Reiseziel“ ausgezeichnet (TourCert, o.J.-a, online).

Der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. (TVSW) hat es sich ebenfalls zur Aufgabe gemacht, die Region nachhaltig auszurichten. Dabei soll langfristig eine Zertifizierung mit TourCert erreicht werden.

Problemstellung – Einordnung der Bachelorarbeit

Bisweilen hat die Destination noch keine direkten Bemühungen bezüglich der Umsetzung von nachhaltigen Maßnahmen unternommen. Im Rahmen des Nachhaltigkeitsdiskurses und auch bezüglich der Wettbewerbsproblematik rückt der Verband das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus und möchte nun den Prozess zu einer nachhaltigen Entwicklung einleiten. Dazu wurde beschlossen zunächst eine allgemeine Evaluation zum derzeitigen Stand der Nachhaltigkeit in den Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben sowie bei den Point of Interests (POI) bzw. Attraktionen, wie beispielsweise Museen, durchzuführen. Insbesondere im Hinblick auf die fehlenden Informationen zu möglichen bereits angewendeten Maßnahmen ist die Umsetzung langfristig geplant und beinhaltet eine umfassende Vorbereitung. Es zeigt sich, dass hierbei die Notwendigkeit besteht den Status quo der Nachhaltigkeit in der Destination zu bestimmen, um diese auf den langwierigen und komplexen Zertifizierungsprozess vorzubereiten.

Im Zuge dessen gliedert sich diese Bachelorarbeit in die Anfangsphase der Implementierung von Nachhaltigkeit hin zur Nachhaltigkeitszertifizierung. An diese Arbeit wird der Anspruch erhoben, einen allgemeinen Überblick zur aktuellen Lage zu geben und darauf basierend Handlungsempfehlungen für den weiteren Prozess abzuleiten. Demzufolge lautet das Thema der Abschlussarbeit:

Nachhaltigkeitsbewertung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein

Ist-Analyse und Handlungsbedarf auf dem Weg zu einem „Nachhaltigen Reiseziel“

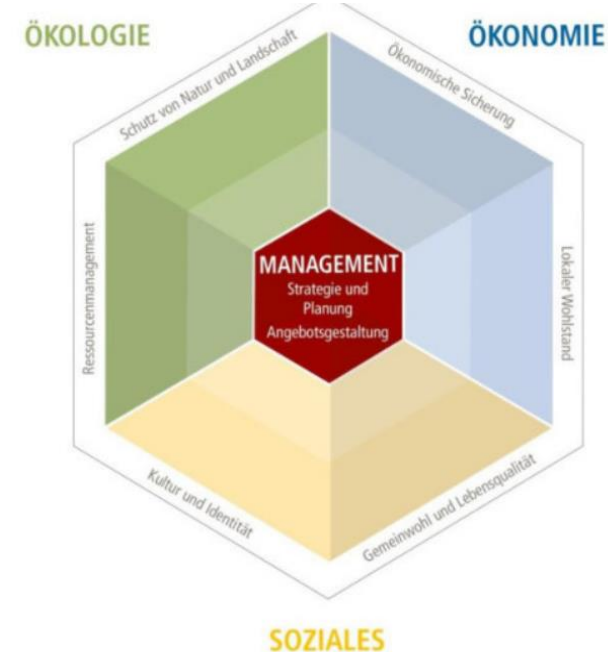
Im Rahmen der Arbeit wird eine Kooperation mit dem Touristikverband Siegerland- Wittgenstein e. V. eingegangen. Somit kann die Forschung bestmöglich auf die Wünsche der Region abgestimmt werden und gewährt zudem Orientierung für das Projekt. Außerdem bietet die Ausarbeitung einen praktischen Mehrwert für den Verband, wodurch dieser auf den weiteren Nachhaltigkeitsprozess vorbereitet werden soll.

Was bedeutet nachhaltiger Tourismus?

Als Definition für nachhaltige Entwicklung wird häufig die Definition von (Brundtland, 1987, S. o.) herangezogen: „Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.“

Nachhaltiger Tourismus wird definiert als: „Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities.“ (UNEP & UNWTO, 2005, online)

Zudem verfolgt nachhaltiger Tourismus vier Hauptprinzipien: Der Reduktion der Auswirkungen auf die natürliche Umwelt und vor allem auf die besuchte Destination (Landschaft, Ökosystem, Dorf, Gemeinde), die Schaffung von Berührungspunkten mit der Natur und der lokalen Bevölkerung und die Anpassung an die Kultur der besuchten Region sowie der Unterstützung der lokalen Bevölkerung. (Fischer, 2014, S. 38)



Zielsetzung der Bachelorarbeit

Die Ergebnisse der Bachelorarbeit gliedern sich in die Anfangsphase der Implementierung von Nachhaltigkeit hin zur Nachhaltigkeitszertifizierung.

Die Arbeit wird einen allgemeinen Überblick zur aktuellen Lage geben und darauf basierend Handlungsempfehlungen für den weiteren Prozess ableiten.

Ziel ist es, wichtige theoretische Grundlagen zur Umsetzung, Messung und Kontrolle von Nachhaltigkeit in Destinationen zu vermitteln, um Siegen-Wittgenstein auf dem Weg zum „Nachhaltigen Reiseziel“ zu unterstützen. Die Region ist geprägt durch komplexe Strukturen, die die Entwicklung beeinflussen können.

Es soll festgestellt werden, inwiefern bereits nachhaltige Praktiken umgesetzt werden. Daraus kann schließlich abgeleitet werden, in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht, in welchem Umfang dieser notwendig ist und welche Empfehlungen letztendlich relevant sind.

Forschungsfragen

- Welche Indikatoren / Messwerte eignen sich, um eine Nachhaltigkeitsbewertung in der Region Siegen-Wittgenstein durchzuführen?
- In welchem Umfang wird Nachhaltigkeit bereits in der Region Siegen-Wittgenstein in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht umgesetzt?
 - Welche nachhaltigen Maßnahmen / Praktiken finden in den Betrieben vor Ort bereits Anwendung?
 - Gibt es einen Unterschied der nachhaltigen Maßnahmen nach Betriebsform?
 - Welche Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökologie, Ökonomie, Soziales) werden in der Tourismusregion am ehesten berücksichtigt?
 - Welche Verbesserungspotentiale und Handlungsmaßnahmen ergeben sich für die Region Siegen-Wittgenstein auf Grundlage der Untersuchung?

Erstellung des Fragebogens (Kriterien- und Indikatorenkatalog)

Für die Entwicklung des Kriterien- und Indikatorenkatalogs (K&I) wurde im Rahmen der Literaturrecherche auf bereits vorhandene Kataloge zurückgegriffen, die da wären:

- **TourCert.** (2018). Kriterienkatalog für Destinationen - November 2018. Abgerufen unter https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2021/02/TourCert_Kriterienkatalog_Dest_2018-1.pdf [abgerufen am 05.04.2022].
- **Global Sustainable Tourism Council.** (2014). Globale Kriterien für Nachhaltigen Tourismus für Destinationen (GSTC-D). Abgerufen unter <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2017/01/German-GSTC-D-hh-31012014.pdf> [abgerufen am 13.04.2022]. 29
- **Europäische Kommission.** (2016). The European Tourism Indicator System – ETIS toolkit for sustainable destination management. Abgerufen unter <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/21749> [abgerufen am 13.04.2022].
- **Baumgartner, C.** (2008). Nachhaltigkeit im Tourismus: von 10 Jahren Umsetzungsversuchen zu einem Bewertungssystem. Innsbruck [u.a.]: StudienVerlag.
- **Rein, H. & Strasdas, W.** (2017). Nachhaltiger Tourismus. Einführung, 2. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- **Deutscher Tourismusverband e. V.** (2017). Report Nachhaltigkeit. Bundeswettbewerb 2016/17 Nachhaltige Tourismusdestinationen. Abgerufen unter https://www.deutschartourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/170929_REPORT-Nachhaltigkeit-Online-Version.pdf [abgerufen am 12.03.2022].

Aus den Katalogen wurden destinations- und untersuchungsspezifische Kriterien und Indikatoren ausgewählt. Die Reihenfolge trifft keine Aussage über die Wichtigkeit dieser. Bei der Zusammenstellung wurde besonders darauf geachtet, dass die Indikatoren auf die im Vorhinein angesprochenen Aspekte angepasst wurden. Dazu wurde jeder einzelne Indikator der verschiedenen Kataloge untersucht, abgeglichen und die Anwendbarkeit abgewogen. Insgesamt wurden 17 Kriterien mit 31 untergeordneten Indikatoren aus der institutionellen [M], ökonomischen [ÖN], ökologischen [ÖL] und sozio-kulturellen Dimension [SK] festgelegt.

Befragung

- Es wurden ca. 580 wirtschaftlich agierende Unternehmen kontaktiert
- Es wurden zwei Pressemitteilungen herausgegeben und Aufrufe zur Teilnahme an der Umfrage über Social Media gestreut
- Die Umfrage lief vom 02. – 31. Mai 2022
- Es nahmen insgesamt 48 wirtschaftlich agierende Unternehmen teil.

Anzahl angeschriebener Betriebe je Stadt / Gemeinde

Gemeinde	Beherbergung	Gastronomie	POI	Summe
Bad Berleburg	49	12	39	100
Bad Laasphe	42	8	12	62
Burbach	30	24	0	54
Erndtebrück	11	3	0	14
Freudenberg	17	8	55	80
Hilchenbach	96	5	2	103
Kreuztal	15	13	0	28
Neunkirchen	9	3	0	12
Netphen	k. A.	k. A.	k. A.	35
Siegen	k. A.	k. A.	k. A.	40
Wilnsdorf	42	9	1	52
Gesamt	311	85	109	580

Aufrufe* durch Presse / Social Media



Kreis Siegen-Wittgenstein
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit -
Koblenzer Str. 73
57072 Siegen
Telefon: 0271 333-2308/ 2301
Telefax: 0271 333-2330
E-Mail: presse@siegen-wittgenstein.de

Pressemitteilung

Umfrage zum Thema Nachhaltigkeit TVSW strebt Zertifizierung zur Nachhaltigen Tourismusregion an

Nachhaltigkeit ist in aller Munde und ein wichtiges Zukunftsthema. Auch der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein (TVSW) hat sich auf den Weg gemacht und möchte sich als Nachhaltige Tourismusregion Siegen-Wittgenstein zertifizieren lassen.

„Wenn wir alle eine gute und sichere Zukunft haben wollen, müssen wir jetzt die Weichen stellen. Nachhaltigkeit ist bei uns schon lange ein Thema – ich denke da zum Beispiel auch an die Haubergwirtschaft. Man schlägt immer nur so viel Holz, wie auch wieder nachwachsen kann. Schon 2018 wurde die „Haubergwirtschaft im Siegerland und in angrenzenden Regionen“ in das Bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes aufgenommen. Nun wollen wir einen weiteren Schritt machen und die ganze Region als Nachhaltige Tourismusregion Siegen-Wittgenstein zertifizieren lassen“, erklärt Landrat Andreas Müller.

Zunächst wird der Status Quo ermittelt, um zu erfahren, ob und wie viele nachhaltige Angebote es bereits in Siegen-Wittgenstein gibt. Dazu arbeitet der TVSW mit Lea Isabel Matern zusammen. Sie studiert an der Hochschule Rhein-Waal und verfasst ihre Bachelorarbeit zum Thema „Nachhaltigkeitsbewertung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein: Ist-Analyse und Handlungsbedarf auf dem Weg zu einem „Nachhaltigen Reiseziel“.



Kreis Siegen-Wittgenstein
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit -
Koblenzer Str. 73
57072 Siegen
Telefon: 0271 333-2308/ 2301
Telefax: 0271 333-2330
E-Mail: presse@siegen-wittgenstein.de

Pressemitteilung

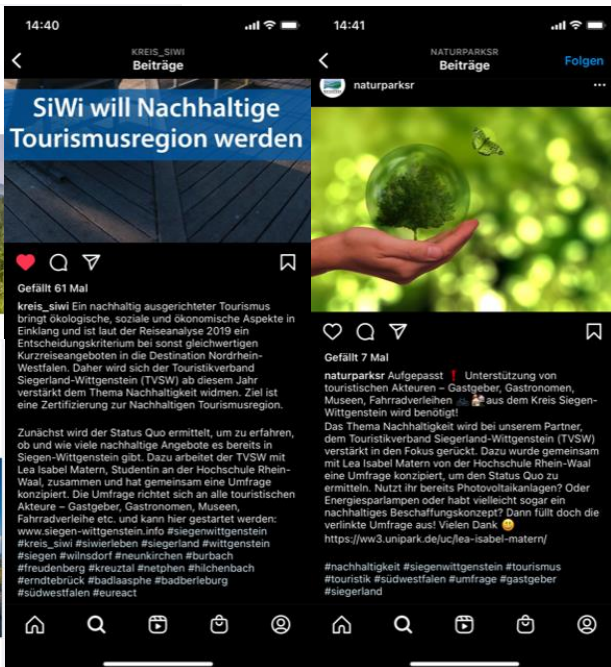
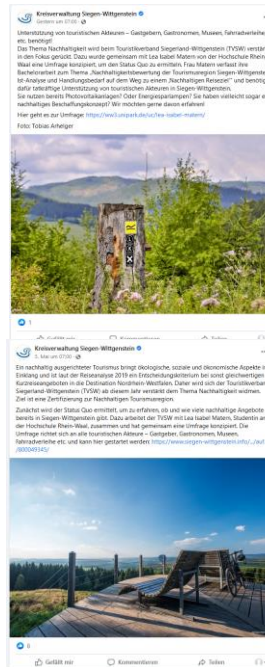
Jetzt noch schnell mitmachen Umfrage des TVSW zum Thema Nachhaltigkeit bis 31. Mai

Wer nutzt bereits Photovoltaikanlagen oder Energiesparlampen? Wer hat vielleicht sogar schon ein nachhaltiges Beschaffungskonzept? Der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein (TVSW) möchte davon gerne erfahren! In einer Umfrage zum Thema Nachhaltigkeit werden aktuell noch bis 31. Mai 2022 alle touristischen Akteure – Gastgeber, Gastronomen, Museen, Fahrradverleiher, etc. – befragt: [tv.siegen-wittgenstein.de/nachhaltigkeit](https://www.siegen-wittgenstein.de/nachhaltigkeit)

Ein nachhaltig ausgerichtetes Tourismus bringt ökologische, soziale und ökonomische Aspekte in Einklang und ist laut der Reiseanalyse 2019 ein Entscheidungskriterium bei sonst gleichwertigen Kurzreiseangeboten nach Nordrhein-Westfalen. Daher widmet sich auch der Touristikverband Siegerland-Wittgenstein (TVSW) ab diesem Jahr verstärkt diesem Thema.

Die Umfrage soll helfen zu ermitteln, wo die Region aktuell steht und ob und wie viele nachhaltige Angebote es bereits in Siegen-Wittgenstein gibt. Dazu arbeitet der TVSW mit Lea Isabel Matern zusammen. Sie studiert an der Hochschule Rhein-Waal und verfasst ihre Bachelorarbeit zum Thema „Nachhaltigkeitsbewertung der Tourismusregion Siegen-Wittgenstein: Ist-Analyse und Handlungsbedarf auf dem Weg zu einem „Nachhaltigen Reiseziel“.

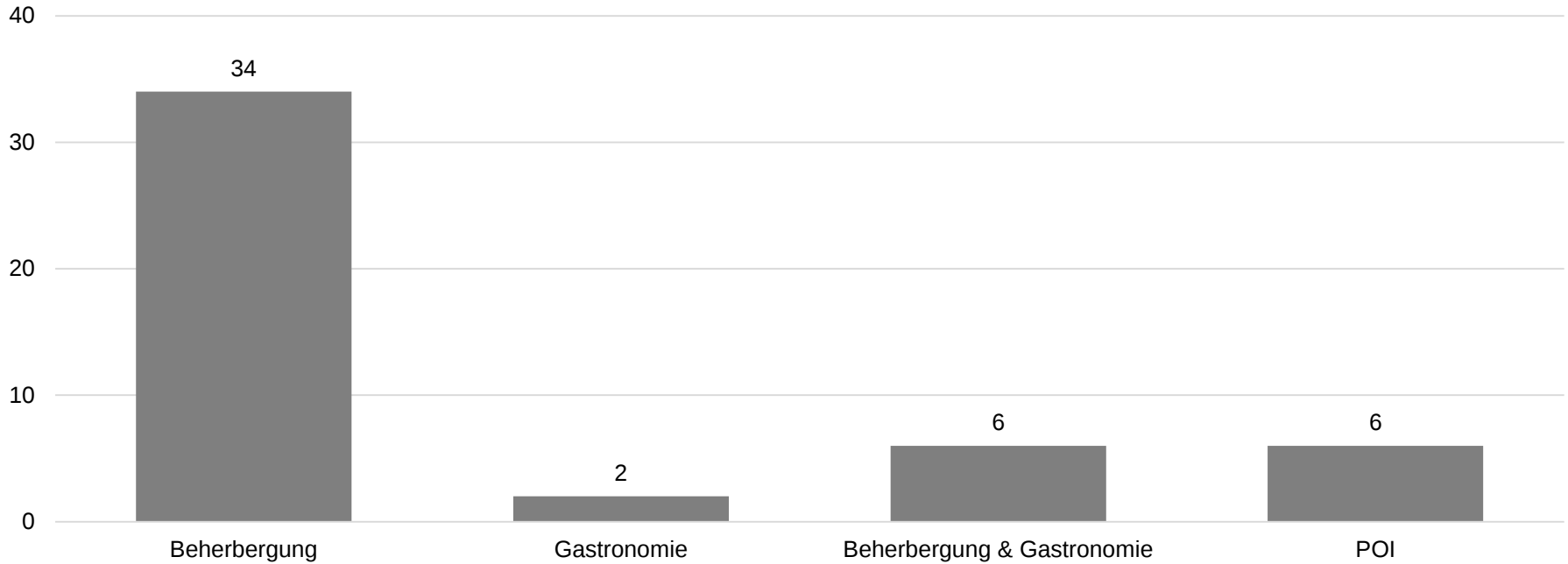
Diese Pressemitteilung finden Sie auch im Internet unter
<http://www.siegen-wittgenstein.de>



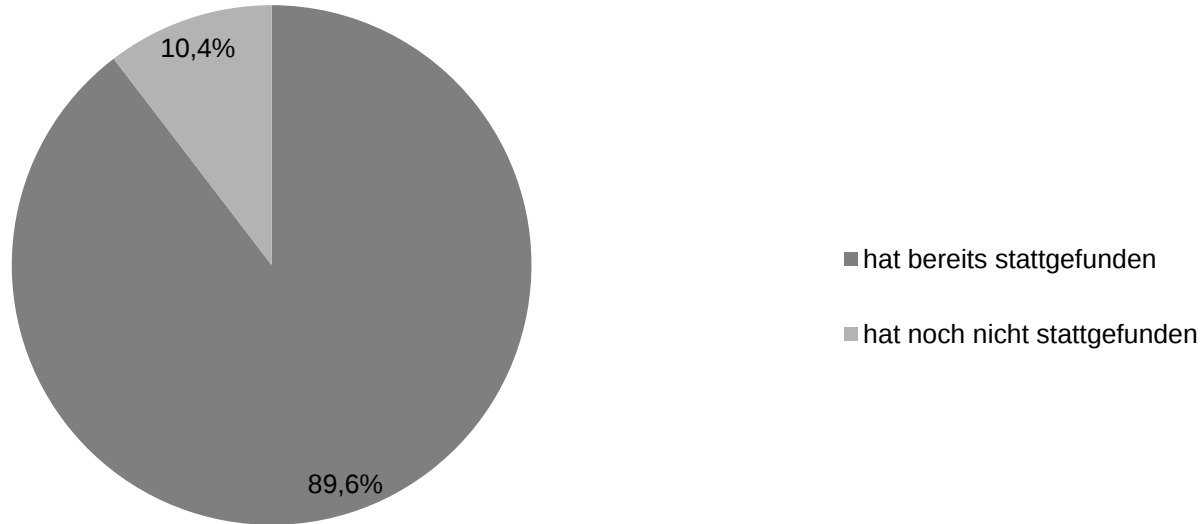
*ein Auszug

AUSWERTUNG

Umfrageteilnehmer



Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit

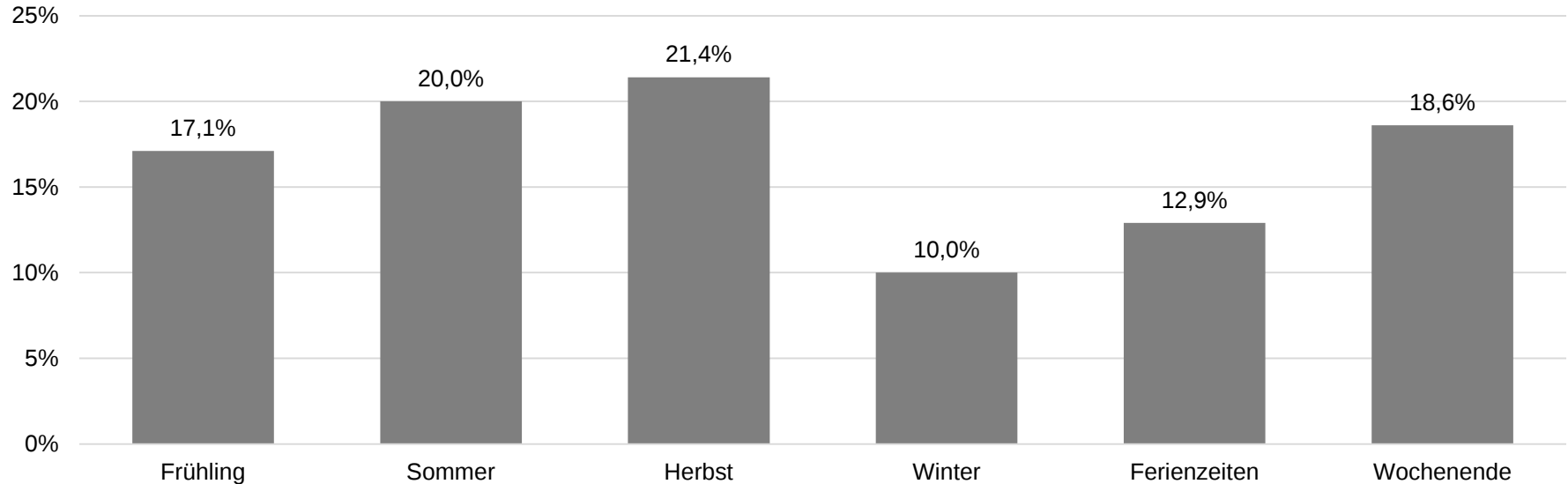


Frage: Haben Sie sich schon einmal aktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander gesetzt?

n = 48

Die ökonomische Dimension

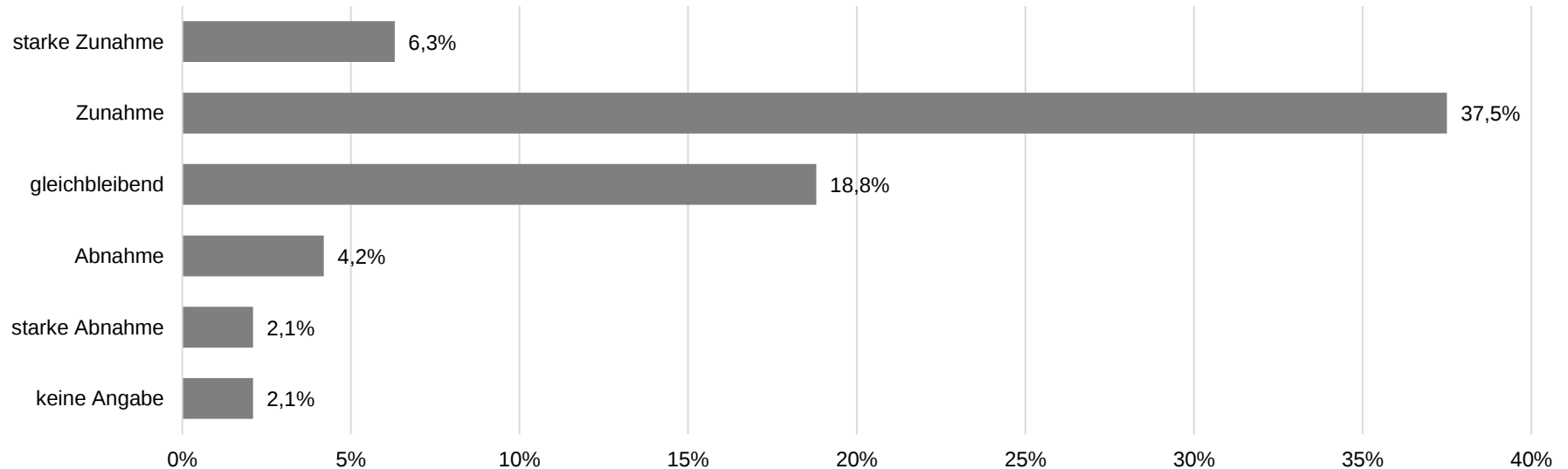
Saisonale Verteilung der Übernachtungs- / Besucherzahlen



Frage: Wann stellen Sie höhere Übernachtungs- / Besucherzahlen fest?

n = 27

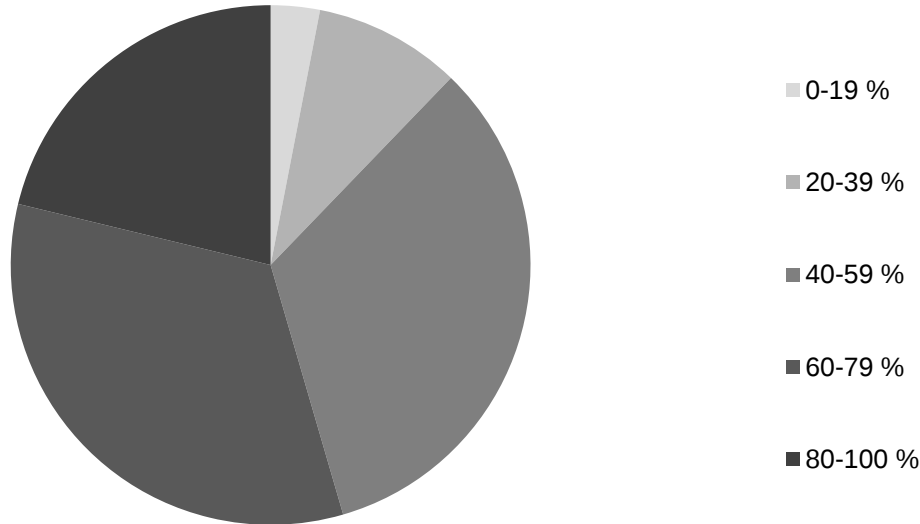
Entwicklung der Übernachtungs- / Besucherzahlen 2017 – 2019



Frage: Wie haben sich die Übernachtungs- bzw. Besucherzahlen in den Jahren 2019-2021 entwickelt?

n = 47

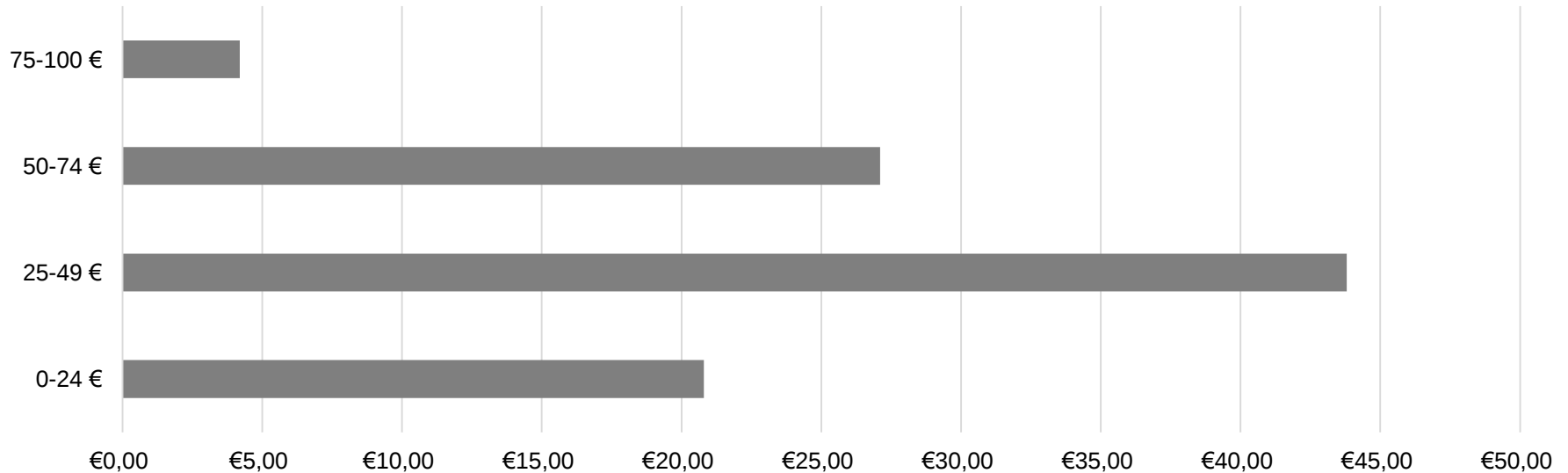
Auslastung der Betriebe im Jahr 2019



Frage: Bitte geben Sie die durchschnittliche Auslastung Ihres Betriebes im Jahr 2019 in Prozent an.

n = 47

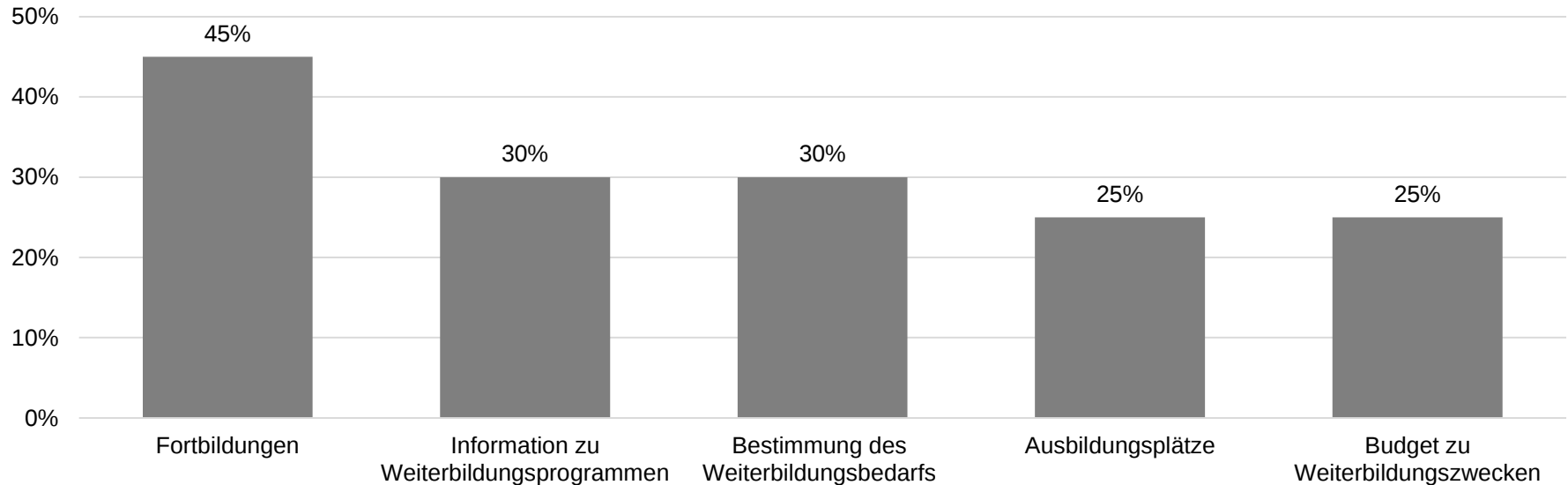
Touristische Ausgaben pro Besucher pro Tag (in Euro)



Frage: Bitte geben Sie annäherungsweise den Umsatz pro Besucher / Gast Ihres Betriebes pro Tag an.

n = 46

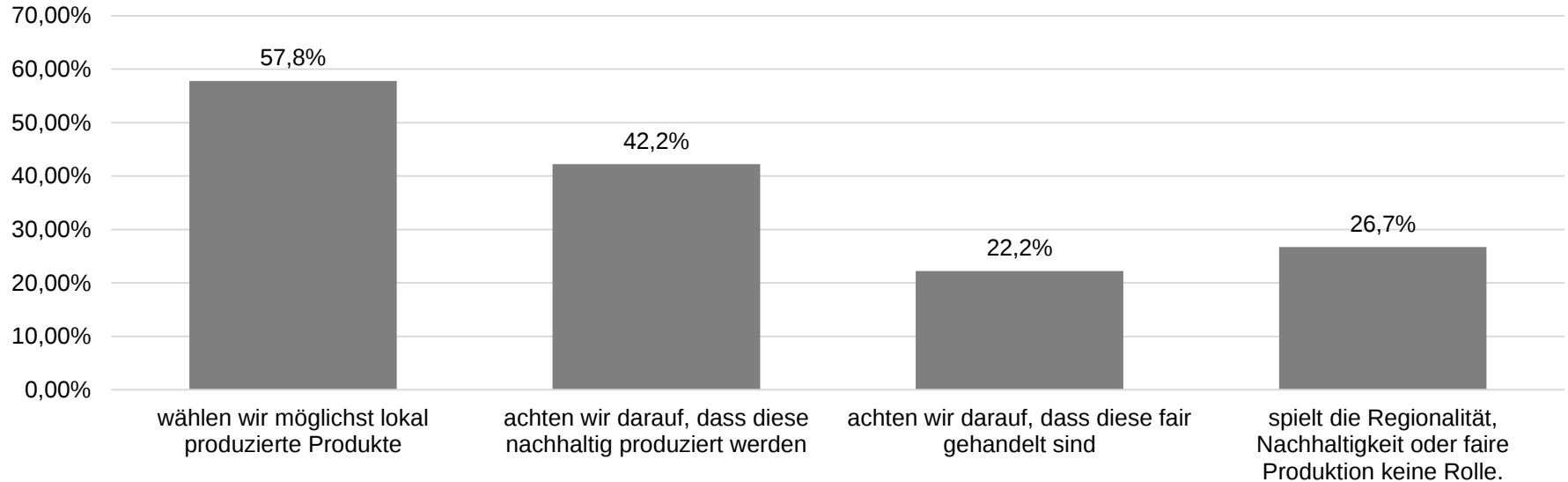
Förderung der Aus- und Weiterbildung



Frage: Welche der folgenden Maßnahmen zur Aus- und Weiterbildung fördern Sie in Ihrem Betrieb?

n = 20

Bei der Beschaffung von Produkten und Gütern...

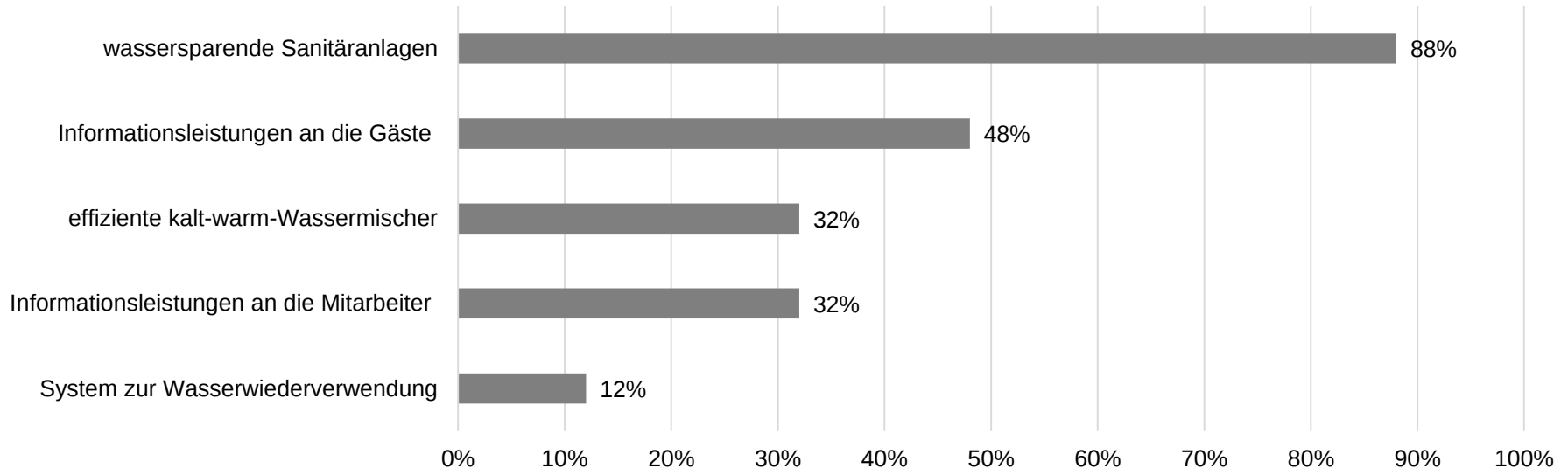


Frage: Welchen der folgenden Aussagen sind für Ihren Betrieb zutreffend?

n = 45

Die ökologische Dimension

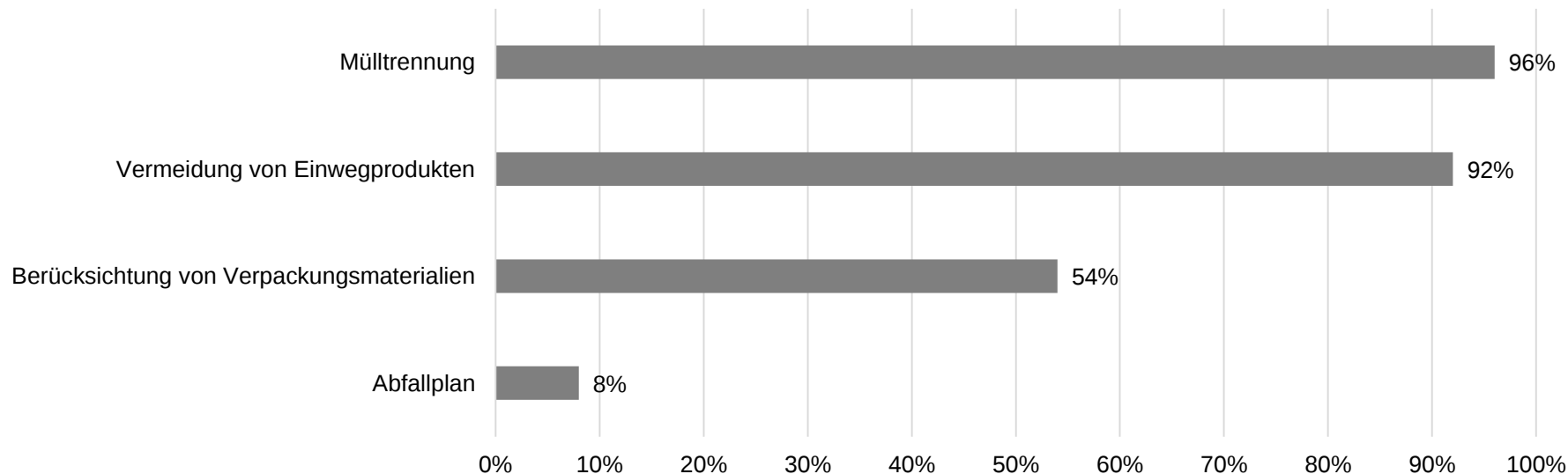
Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs



Frage: Welche der folgenden Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs führen Sie durch?

n = 25

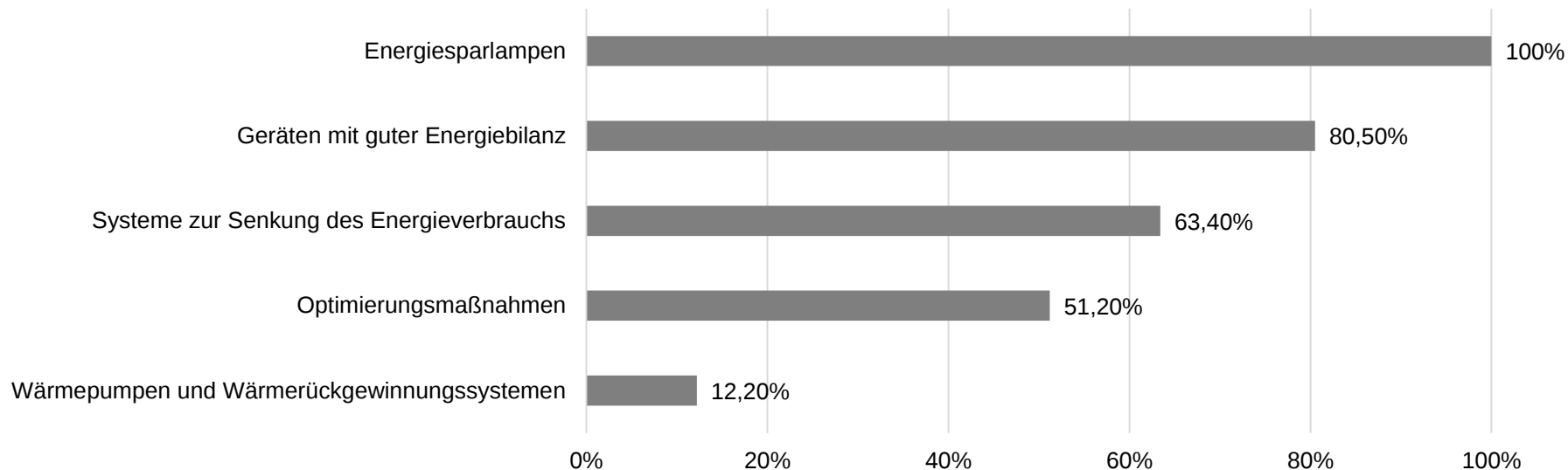
Maßnahmen zur Reduktion des Müllaufkommens



Frage: Welche der folgenden Maßnahmen zur Reduktion des Abfallaufkommens führen Sie durch?

n = 26

Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs

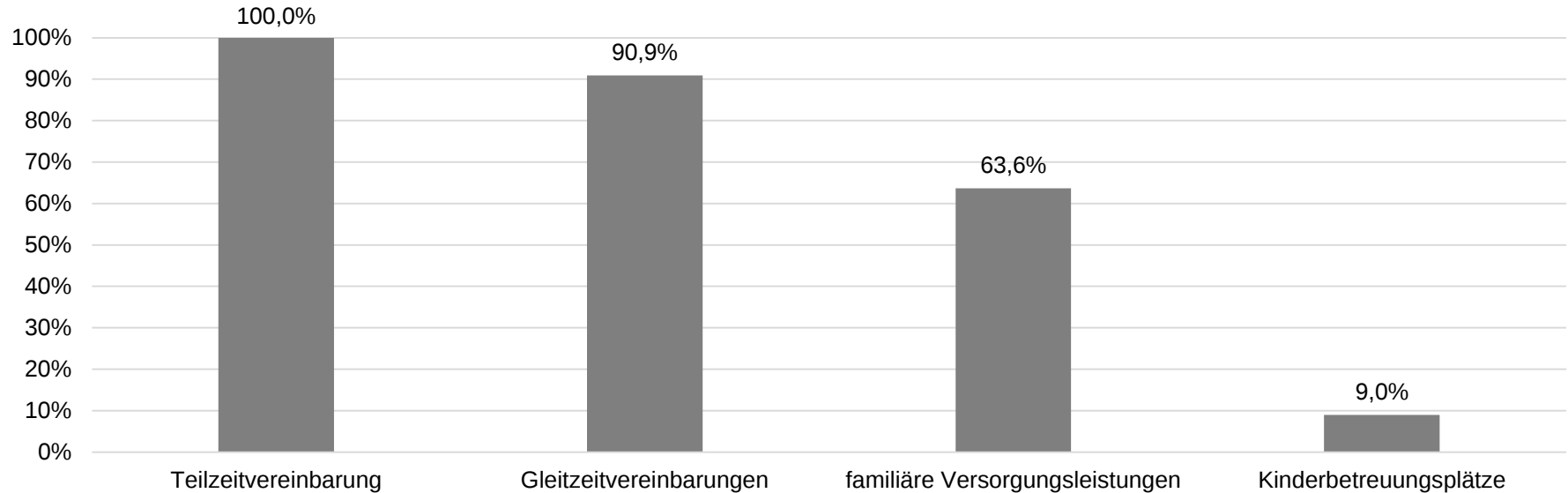


Frage: Welche der folgenden Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs führen Sie durch?

n = 41

Die sozio-kulturellen Dimension

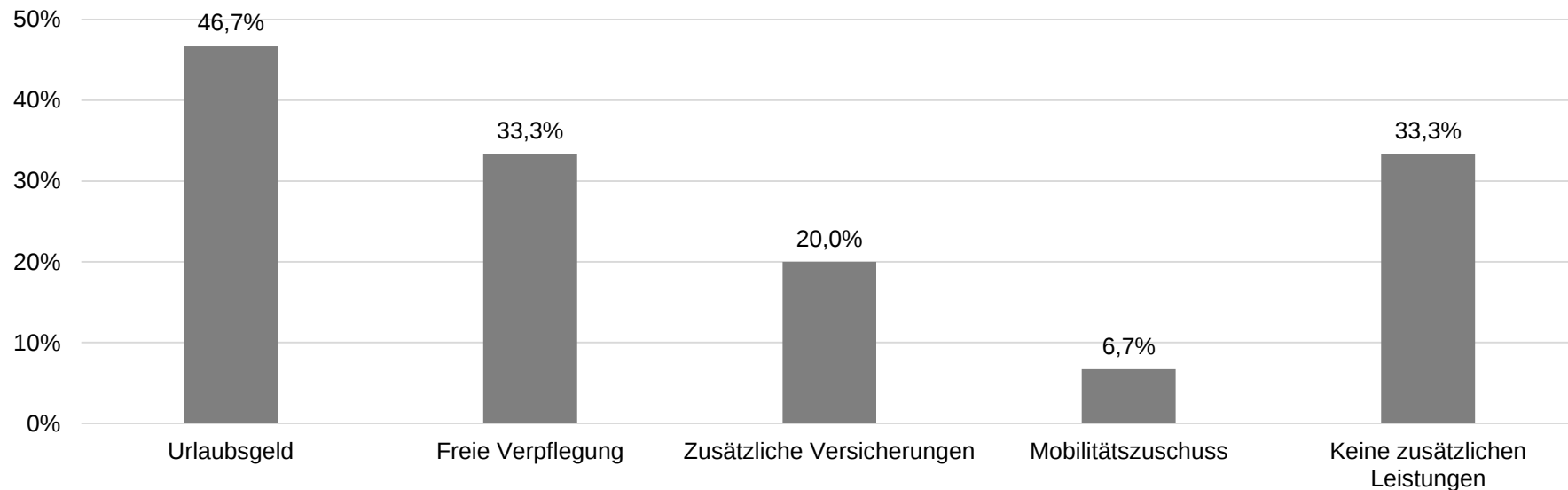
Familienfreundliche Arbeitsbedingungen



Frage: Welche der folgenden Maßnahmen zur Gestaltung familienfreundlicher Arbeitsbedingungen ergreift Ihr Betrieb?

n = 16

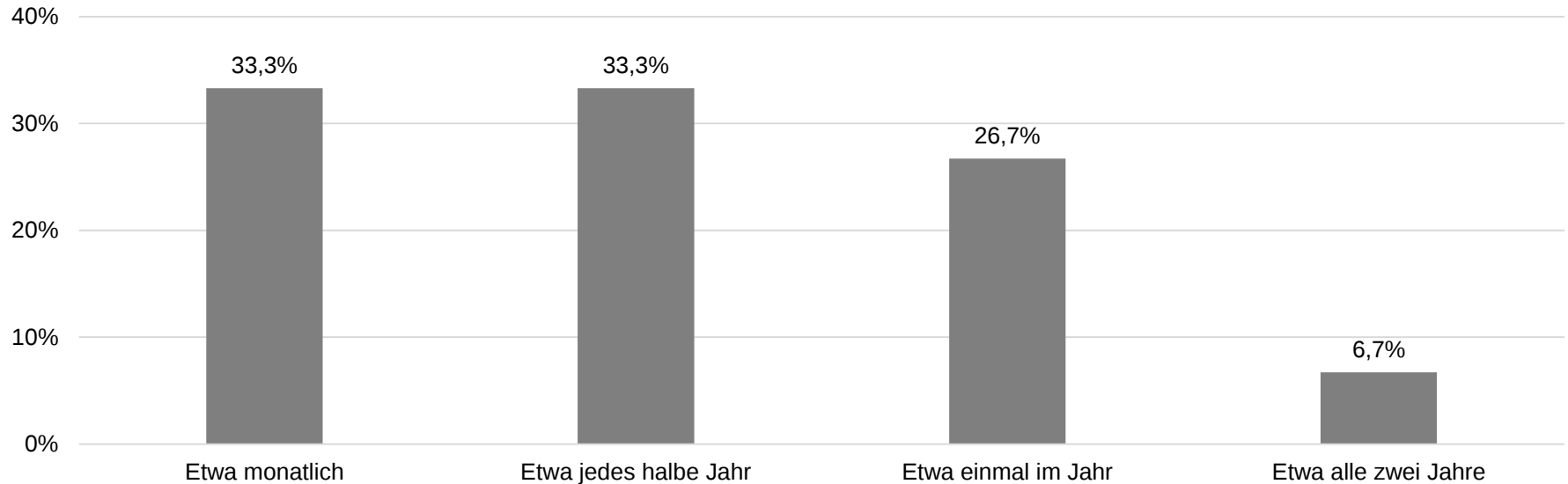
Zusätzliche Leistungen in den Betrieben



Frage: Welche der folgenden Leistungen bietet Ihr Betrieb den Mitarbeitern an?

n = 15

Regelmäßiges Erheben des Grades der Mitarbeiterzufriedenheit



Frage: Wie häufig erheben Sie den Grad Ihrer Mitarbeiterzufriedenheit?

n = 15

Handlungsempfehlungen zur nachhaltigen Ausrichtung der Region Siegen-Wittgenstein

Handlungsfelder

Die Handlungsempfehlungen ableitend von der empirischen Untersuchung soll gemäß den Kategorien des TourCert (2018) Kriterienkatalogs strukturiert werden. Diese werden als Handlungsfelder festgelegt.

Management Dimension	Ökonomische Dimension
1. a Strategie und Planung • Kenntnis der Nachhaltigkeitsstrategien auf politischer Ebene • Ableitung einer nachhaltigen Tourismusstrategie • Nachhaltigkeitsgremium durch die Partizipation mit den Stakeholdern bilden • Akzeptanz durch Kommunikation schaffen • Interne Evaluation der Nachhaltigkeitsbemühungen	2. a Ökonomische Sicherung • Saisonale Variabilität durch Schaffung neuer Angebote auffangen • Fortlaufendes Monitoring der weiteren Entwicklung • Organisation von Weiterbildungsmaßnahmen
1. b Nachhaltige Angebotsgestaltung • Identifikation und Kommunikation nachhaltiger Angebote • Anreize für touristische Leistungsträger etablieren • Bewusstseinsbildung der Besucher	2. b Lokaler Wohlstand • Basis schaffen für die eigene nachhaltige Beschaffung und die der Betriebe • Beschäftigungseffekte durch den Tourismus kontrollieren

Handlungsfelder

Ökologische Dimension	Soziale Dimension
3. a Schutz von Natur und Landschaft • Schutz durch Zusammenarbeit und Kooperation	4. a Gemeinwohl und Lebensqualität • Barrieren abschaffen für alle Gäste • Verbesserte Arbeitsbedingungen als Magnet für Fachkräfte
3. b Ressourcenmanagement • Wasserverbrauch kontrollieren und Maßnahmen zur Reduktion implementieren • Reduktion und Monitoring des Abfallaufkommens • Zukunftsaufgabe: Nachhaltige Mobilität	

Im Folgenden werden die Handlungsempfehlungen je Handlungsfeld dargelegt.

Management Dimension

Strategie und Planung

Kenntnis der Nachhaltigkeitsstrategien auf politischer Ebene

Im Rahmen der Strategie und Planung müssen zunächst die landesweiten, regionalen und lokalen Nachhaltigkeitsstrategien auf politischer Ebene bekannt sein. Diese geben den Tourismusverantwortlichen Orientierung und stärken das Vorhaben (Balas & Rein, 2016, S. 13). Das Land NRW hat dazu die Sustainable Development Goals herangezogen und eigene Zielvorhaben davon abgeleitet. Messbar gemacht wurden diese durch die Formulierung von Indikatoren (Landesregierung Nordrhein-Westfalen, 2020, S. 77 ff). Für die Umsetzung der Strategie gelten die Kommunen als Schlüsselpositionen und Grundgerüst für den Erfolg der nachhaltigen Ausrichtung. In Anlehnung daran hat der Kreis Siegen-Wittgenstein ebenfalls eine Nachhaltigkeitsstrategie vorzuweisen. Sie entstand durch einen zweijährigen Erarbeitungs- und Beteiligungsprozess und umfasst die Themenfelder: Lebenslanges Lernen & Kultur; Gute Arbeit & Nachhaltiges Wirtschaften; Soziale Gerechtigkeit & Zukunftsfähige Gesellschaft; Globale Verantwortung & Eine Welt; Nachhaltige Mobilität. Im Rahmen dieser werden bereits viele Aspekte angeführt, die auch im Tourismus eine direkte Relevanz aufweisen, dazu gehört beispielsweise die Entwicklung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts (Kreis Siegen-Wittgenstein, 2021, S. 4 ff). Um schließlich eine nachhaltige Tourismusstrategie davon herleiten zu können und diese mit der Nachhaltigkeitsstrategie auf politischer Ebene in Einklang zu bringen, ist die Kenntnis dieser ein wichtiger Grundbaustein für das weitere Vorgehen.

Management Dimension

Strategie und Planung

Ableitung einer nachhaltigen Tourismusstrategie

Zwar besteht bereits eine Tourismusstrategie für Nordrhein-Westfalen und auch eine solche für die Regionalentwicklung Siegen-Wittgensteins und des Sauerlands, allerdings fehlt hierbei der Fokus auf Nachhaltigkeit. Die Thematik wird in Teilen der zwei Publikationen erwähnt und als Maßnahme formuliert (dwif-Consulting GmbH, 2019, S. 63 ff; Wirtschaft NRW, 2019, S. 20 ff). Für die Zertifizierung mit TourCert muss die Ausrichtung darin aber stärker ausgeprägt werden. Daher wird empfohlen diese zu überarbeiten und mit festgelegten Leitziele zur nachhaltigen Entwicklung zu ergänzen. Sinnvoll ist an dieser Stelle auch eine Analyse der Chancen und Risiken sowie das Formulieren von Messindikatoren, die eine Überprüfung der Zielerreichung möglich machen.

Nachhaltigkeitsgremium durch die Partizipation mit den Stakeholdern bilden

Im Rahmen der Befragung konnten bereits an der Thematik interessierte Betriebe akquiriert werden. Die jeweiligen Kontaktinformationen wurden an den TVSW weitergeleitet. Trotzdem sollte hierbei geprüft werden, ob es noch weitere potenzielle Partnerunternehmen gibt, die aus bestimmten Gründen nicht an der Umfrage teilnahmen, aber grundsätzlich an der Entwicklung teilhaben möchten. Dazu kann ein Aufruf per Presse-mitteilung, Direkt-Marketing oder Online-Marketing erfolgen. Mit diesen Betrieben kann dann das Nachhaltigkeitsgremium gebildet werden. Hierbei ist zu beachten, dass dieses zu gleichen Teilen aus Partnern unterschiedlichen Gewerbes besteht. Grundsätzlich können durch das Gremium gemeinsame Ziele definiert und Themen sowie Wünsche geäußert und definiert werden (Ebrecht, 2021, S. 168).

Management Dimension

Strategie und Planung

Akzeptanz durch Kommunikation schaffen

Die geringe Beteiligung an der Befragung lässt die Vermutung zu, dass in der Region Siegen-Wittgenstein Nachhaltigkeit noch nicht ausreichend akzeptiert und die Bedeutung dieser noch nicht erkannt ist. Im Zuge dessen ist die Überprüfung der generellen Einstellung gegenüber der Thematik von Nöten. Dabei sollten den Betrieben Raum gegeben werden, mögliche Sorgen und Barrieren aus ihrer Perspektive zu äußern. Abgerundet muss diese Maßnahme mit der Kommunikation über die Notwendigkeit und Vorteile einer nachhaltigen Ausrichtung werden. Die Informationsleistungen können auf der Website, in Newslettern und Online-Medien erfolgen. Hierbei ist die Devise: Akzeptanz durch Bildung. Der frühzeitige Dialog ist dabei, wie auch bei vielen anderen Großprojekten, der Schlüssel für den Erfolg (Brettschneider, 2013, S. 322 ff). An dieser Stelle soll der Aspekt aus der Diskussion, bezüglich der Verbreitung von Informationen über die Ortsstellen der Region, aufgegriffen werden. Folglich wird empfohlen, die Kommunikationsstrukturen vor Ort neu zu überdenken. Gegebenenfalls besteht die Option ein Nachhaltigkeitsnetzwerk zu gründen, welches einen direkten Kontakt herstellt und damit den Kontrollverlust umgeht. Dazu können einfache Mailing-Listen oder verschiedene Projektmanagement Software wie beispielsweise ASANA, genutzt werden.

Interne Evaluation der Nachhaltigkeitsbemühungen

Da in der Nachhaltigkeitsbewertung der TVSW selbst nicht inkludiert war, muss eine interne Nachhaltigkeitsanalyse noch durchgeführt werden. Es ist von großer Bedeutung, dass der Touristikverband als Vorbildfunktion fungiert und seine eigenen Maßnahmen transparent offenlegt. Dazu gehört, wie bei den Betrieben, unter anderem das eigene Beschaffungsmanagement oder die Reduktion von Ressourcenverbräuchen. Koordiniert soll dies von einem / einer Nachhaltigkeitsbeauftragten werden, wodurch die Verantwortlichkeit hinsichtlich des Umsetzungsprozesses klar definiert ist (Balas & Rein, 2016, S. 16).

Management Dimension

Nachhaltige Angebotsgestaltung

Identifikation und Kommunikation nachhaltiger Angebote

Um einen Überblick zu den bereits verfügbaren nachhaltigen Angeboten zu erlangen, sollte ein Plan erstellt werden, der diese aufzeigt. Nur auf diese Weise kann ein Kombinationsangebot erstellt werden, welches die gesamten Customer Journey umfasst. Untersucht kann dabei werden, welche Unternehmen bereits ein Nachhaltigkeitslabel aufweisen, bzw. welches sich als Partnerbetrieb mit TourCert zertifizieren lassen will. Das erstellte Kombinationsangebot kann dann über verschiedene Kommunikationsmittel verbreitet werden (Beyer & Frommhold, 2017, S. 313).

Anreize für touristische Leistungsträger etablieren

Um noch mehr Betriebe zu akquirieren, an der gemeinsamen Entwicklung mitzuarbeiten und um einen Mehrwert für die Nachhaltigkeitsbemühungen zu schaffen, muss ein Anreizsystem etabliert werden (Weber & Taufer, 2016, S. 16). Dazu kann angeboten werden, mehr Präsenz für Partnerbetriebe in den Kommunikationsmitteln zu gewährleisten, beispielsweise durch die Nutzung von bestimmtem Bildmaterial oder die Erwähnung des Unternehmens bei der Vermarktung der nachhaltigen Angebote. Des Weiteren können Themenfelder verwendet werden, die bestimmte Partner hervorheben.

Management Dimension

Nachhaltige Angebotsgestaltung

Bewusstseinsbildung der Besucher

Schließlich muss im Rahmen der Management Dimension noch die Information der Besucher als Handlungsfeld erwähnt werden. Die Gäste müssen schon vor der Buchung der Reise mit den nachhaltigen Angeboten konfrontiert werden (Bergel, 2022, online). Daher ist die frühzeitige Informationsvermittlung unumgänglich. Dazu kann eine eigene Rubrik auf der Website implementiert werden, die auf einen Blick Materialien und Angebote für den Kunden sichtbar macht. Auch in den allgemeinen Marketingmaßnahmen muss die Thematik verbreitet werden, z. B. durch Instagram und Facebook-Posts oder Integration in den Newslettern. Interessant wäre hier die Integration eines Nachhaltigkeitsbarometers, womit die Gäste ihren CO₂-Fußabdruck direkt auf der Website messen und mit lokalen Projekten kompensieren können. Dies gibt dem Gast zum einen ein besseres Gefühl hinsichtlich der Reise und zum anderen bietet das Tool einen Wiedererkennungswert.

Ökonomische Dimension Ökonomische Sicherung

Saisonale Variabilität durch Schaffung neuer Angebote auffangen

Im Rahmen der Umfrage ergaben sich kleine Diskrepanzen bei der saisonalen Variabilität. Der Winter ist laut Aussage der teilnehmenden Probanden eher weniger ausgelastet als der Rest des Jahres. Folglich kann festgestellt werden, dass mehr Angebote für die Wintermonate konzipiert werden sollen. Die Region bietet optimales Terrain für Winterwanderungen (Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V., o.J.-i, online). Auch Kooperationsangebote zusammen mit dem Skigebiet in Winterberg sind denkbar. Des Weiteren können preisliche Anreize gesetzt werden, die die saisonale Verteilung verbessern (Reintinger et al., 2014, S. 40). Anschließend sollte geprüft werden, ob sich Fortschritte dahingehend entwickelt haben.

Fortlaufendes Monitoring der weiteren Entwicklung

Nicht nur die saisonale Variabilität, sondern auch die allgemeinen Wirtschaftsdaten bedürfen fortlaufendes Monitoring. Damit wird sichergestellt, dass die wirtschaftliche Stabilität erhalten bleibt und auf Veränderungen direkt reagiert werden kann. (Balas et al., 2021, S. 123). In dem Zusammenhang wäre von Interesse langfristig herauszufinden, ob durch die Nachhaltigkeitsimplementierung und damit einhergehende Wettbewerbsprofilierung der Destination sich vermehrt neue Tourismusbetriebe ansiedeln.

Organisation von Weiterbildungsmaßnahmen

Als Bestandteile der ökonomischen Sicherung werden auch Fortbildungen zum Thema Nachhaltigkeit gezählt. Die empirische Untersuchung ergab, dass Angestellte grundsätzlich während der Arbeitszeit an solchen teilnehmen dürfen. Die Weiterbildungen sind ein essentieller Teil der Nachhaltigkeitsimplementierung und knüpfen an die Informationsleistungen im Rahmen der Kommunikationsstrategie an. Dazu bedarf es der Organisation von Programmen und Fortbildungen seitens der DMO. Ebenso sollten die eigenen Mitarbeiter daran teilnehmen (Herntrei, 2013, S. 105).

Ökonomische Dimension Lokaler Wohlstand

Basis schaffen für die eigene nachhaltige Beschaffung und die der Betriebe

Zur Förderung des lokalen Wohlstandes kann der TVSW die Betriebe in der fairen Beschaffung unterstützen, indem er über lokale Produkte informiert und den Kontakt zwischen Lieferanten, Produzenten und touristischen Leistungsträgern herstellt (Balas & Rein, 2016, S. 37). Zudem kann der Verband diese in die Werbung miteinbinden und damit darauf aufmerksam machen. Gemäß den Umfrageergebnissen beziehen die Unternehmen bereits viele lokale Güter, allerdings muss auch hier die geringe Repräsentativität berücksichtigt werden. Deswegen wird empfohlen die genannten Aspekte umzusetzen. Der TVSW selbst sollte möglichst nur Produkte beschaffen, die nachhaltig zertifiziert sind.

Beschäftigungseffekte durch den Tourismus kontrollieren

Durch fehlende Daten konnte im Rahmen der Auswertung nicht festgestellt werden, welche Beschäftigungseffekte durch den Tourismus in der Region entstehen. Demnach wäre eine erneute Überprüfung beispielsweise unter Einbeziehung von Statistiken anzuraten, denn dadurch kann die Bedeutung des Tourismus für den Arbeitsmarkt untersucht werden. Damit können auch Vergleiche gegenüber anderen Branchen gezogen werden (Schulz et al., 2014, S. 30 f.). Bei der Einführung von Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Tourismus kann dann betrachtet werden, ob sich die Beschäftigungseffekte verbessert haben.

Ökologische Dimension

Schutz von Natur und Landschaft



Schutz durch Zusammenarbeit und Kooperation

Zwar wurde die Thematik der Schutzgebiete nicht in der Befragung mitaufgenommen, da es sich bei der Untersuchung der Betriebe nicht anbot, trotzdem wird an dieser Stelle eine Handlungsempfehlung dazu abgegeben. Die Tourismusregion Siegen-Wittgenstein ist geprägt von Schutzzonen und Waldflächen. Zur optimalen touristischen Nutzung und gleichzeitiger Schonung der natürlichen Gegebenheiten ist eine direkte Zusammenarbeit mit dem ansässigen Naturschutzverband nahezulegen. Folglich können gemeinsam neue nachhaltige Angebote entwickelt werden. Auch ein ausgereiftes Besucherlenkungskonzept mit Bildungsaspekten hilft, um auf die Umweltschutzthematik aufmerksam zu machen und Akzeptanz in der Bevölkerung sowie bei den Gästen zu schaffen (Balas & Rein, 2016, S. 46).

Ökologische Dimension Ressourcenmanagement

Wasserverbrauch kontrollieren und Maßnahmen zur Reduktion implementieren

Auch hinsichtlich des Ressourcenmanagements konnte aufgrund der geringen Teilnahmebereitschaft kein umfassendes Bild der aktuellen Situation gemacht werden. Allerdings wurde erkannt, dass bei der Einsparung von Wasser deutlicher Handlungsbedarf besteht. Zunächst sollte ein System entwickelt werden, welches die Wasserverbräuche in den Unternehmen misst, denn anderenfalls besteht keine Kontrollmöglichkeit. Darüber hinaus sollten die Betriebe über weitere Möglichkeiten zu Einsparungspraktiken sowie den damit einhergehenden finanziellen Vorteilen informiert werden. Dazu wird beispielweise ein digitaler Flyer und Anzeigetafeln erstellt, die in den Betrieben (online) verteilt bzw. aufgestellt werden.

Reduktion und Monitoring des Abfallaufkommens

Durch die Befragung konnte nicht festgestellt werden, wie hoch das Müllaufkommen pro Tourist im Vergleich zu einem Einwohner ist. Die Betriebe sollten daher dazu aufgefordert werden, einen Bericht hinsichtlich dessen anzufertigen. Für den Erfolg und die Teilnahme daran sind hier Informationsleistungen notwendig, die aufzeigen, inwiefern die Reduktion des Abfalls finanzielle Vorteile bietet und zum Schutz der walddreichen Landschaft beiträgt. Zudem werden bereits in anderen Destinationen Verbote zu Einwegprodukten voran gebracht, die auch in Siegen-Wittgenstein denkbar sind (Balas et al., 2021, S. 63).

Ökologische Dimension Ressourcenmanagement

Zukunftsufgabe: Nachhaltige Mobilität

Die Entwicklung eines nachhaltigen Mobilitätskonzepts wurde bereits mehrfach im Regionalentwicklungskonzept der dwif-Consulting GmbH (2019, S. 18 & 20 & 35) und der Nachhaltigkeitsstrategie NRWs (Landesregierung Nordrhein-Westfalen, 2020, S. 14 ff) erwähnt. Die Thematik wird vor allem in Tourismusdestinationen des ländlichen Raumes immer wieder diskutiert (Kersten & Pinnow, 2020, S. 9). Vor allem in Siegen-Wittgenstein wird dies als Herausforderung betitelt, was ebenso in der Empirie bestätigt wurde. Folgende Arbeitsschritte sind für die Entwicklung nötig (Kersten & Pinnow, 2020, S. 25):

1. Ausgangssituation ermitteln und Handlungsbedarf ableiten
2. Akteure und Akteurinnen sowie kooperierende Institutionen einbinden
3. Funktionen und Aufgabenbereiche zuweisen
4. Vernetzung und funktionierende Strukturen schaffen
5. Verkehrsangebote entwickeln
6. Finanzierung sichern
7. Abläufe für die Umsetzung planen
8. Erfolgskontrollen durchführen

In der Rolle als DMO kann der TVSW überprüfen, an welchen Stellen eine ÖPNV Anbindung besonders nötig wäre und versuchen sich bei der Planung einzubringen. Ein solches Konzept kommt nicht nur der Tourismusentwicklung, sondern sogar vornehmlich der lokalen Bevölkerung zugute (Schuler & Pirchl-Zaugg, 2021, S. 92). Zur Entwicklung der Mobilität gehört auch die Sicherstellung von Informationen zur An- und Abreise, die beispielsweise auf der Website dargestellt werden können (Schuler & Pirchl-Zaugg, 2021, S. 94).

Soziale Dimension

Gemeinwohl und Lebensqualität

Barrieren abschaffen für alle Gäste

Obwohl die Untersuchungsregion ebenfalls stark vom demographischen Wandel geprägt ist, ergab die Auswertung, dass nur 60 % der Unternehmen einen barrierefreien Eingang aufweisen. Daher sollte der TVSW prüfen, welcher Betrieb ein barrierefreies Angebot bereitstellt und damit eine Übersicht konzipieren, die aufzeigt, welche Einrichtungen zugänglich sind. Damit wird den Personen, die eine solche benötigen, die Urlaubsplanung vereinfacht (Gäumann, 2020, S. S. 6). Grundsätzlich muss die Barrierefreiheit regionsübergreifend gestaltet werden, dabei wäre eine Kooperation mit dem Sauerland-Tourismus e. V. sinnvoll. Außerdem sollten die Betriebe über die zunehmende Notwendigkeit der Thematik und auch über zusätzliche positive Effekte für Familien oder Personen mit viel Gepäck aufgeklärt werden. Jedoch ist nicht nur der Zugang zum Unternehmen ausreichend, denn es gibt viele unterschiedliche Beeinträchtigungen und somit viele Bedürfnisse.

Verbesserte Arbeitsbedingungen als Magnet für Fachkräfte

Gute Arbeitsbedingungen wurden in dieser Arbeit mehrfach angeführt als wichtigen Teil der sozialen Dimension. Der TVSW kann dahingehend eine vermittelnde Funktion einnehmen. Zu einem besteht damit die Möglichkeit, Jobangebote positiv zu kommunizieren und zum anderen Betriebe dazu zu sensibilisieren, die Beschäftigungsqualität zu verbessern (Balas & Rein, 2016, S. 72). Um diese auf dem Weg zu unterstützen, sollte der TVSW ein Set von Mindeststandards für die Arbeitsbedingungen festlegen. Dies hat den Vorteil, dass Bemühungen von Unternehmen immer überprüft und abgeglichen werden können.

Trotz umfangreicher Bemühungen konnte im Rahmen der empirischen Untersuchung nicht ansatzweise die erhoffte Beteiligung erreicht werden. Daher musste festgestellt werden, dass die Ergebnisse nicht repräsentativ sind und keine konkreten Rückschlüsse auf die Nachhaltigkeitsperformance der Destination gezogen werden können.

Grundsätzlich ergab die Auswertung, dass zwar einige Unternehmen schon nachhaltige Maßnahmen anwenden, aber dennoch ein großes Verbesserungspotential erkennbar ist. Die Tourismusregion Siegen-Wittgenstein wurde im Rahmen der verfügbaren Daten als „wenig nachhaltig“ eingestuft. Es kann festgestellt werden, dass die Performance in der ökonomischen Dimension am besten abgeschnitten hat und die beiden anderen deutliches Verbesserungspotential aufweisen. Hier konnte festgestellt werden, dass die bestimmten Zielsetzungen nicht erreicht werden konnten. Daher wurde im Rahmen der Handlungsempfehlungen auf diese spezifisch geachtet.

An dieser Stelle sollte allerdings hervorgehoben werden, dass das Ergebnis der Empirie ein erstes Stimmungsbild der tourismusbezogenen Unternehmen aufzeigt. Des Weiteren wurden Kontakte für mögliche Partnerschaften für den weiteren Zertifizierungsprozess mit TourCert akquiriert. Durch die zahlreichen Bemühungen auf die Umfrage aufmerksam zu machen, wurde zudem das Thema in der Region gestreut und es wird sich erhofft, dass sich mehrere Betriebe mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen.

Die Handlungsempfehlungen ergaben, dass der TVSW vor allem eine Informations- und Vermittlungsfunktion übernehmen muss, damit weitere Fortschritte möglich sind. Dazu gehört das Organisieren von Schulungen der Betriebe und der eigenen Mitarbeiter bis hin zur Kommunikation von konkreten Maßnahmen zur Ressourceneinsparung.

Quellen

- Augsbach, G. (2020). *Tourismus und Nachhaltigkeit: Die Zukunftsfähigkeit des Tourismus im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Balas, M. & Rein, H. (2016). *Praxisleitfaden. Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen*. Berlin: Deutscher Tourismusverband e.V.
- Balas, M., Strasdas, W., Neumann, F., Mattes, A., Becker, L. S., Polania Giese, J. C., Heck, S. (2021). *Messung der Nachhaltigkeit des Tourismus in Deutschland. Entwicklung eines Tourismus-Nachhaltigkeits-Satellitenkontos. Texte 61/2021*. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Baumgartner, C. (2008). *Nachhaltigkeit im Tourismus: von 10 Jahren Umsetzungsversuchen zu einem Bewertungssystem*. Innsbruck [u.a.]: StudienVerlag
- Bergel, M. (2022). Fehlende Sichtbarkeit verhindert breite Nutzung nachhaltiger Tourismusangebote. Abgerufen unter <https://www.uni-rostock.de/universitaet/kommunikation-und-aktuelles/medieninformationen/detailansicht/n/fehlende-sichtbarkeit-verhinder>
- Beyer, M. & Frommhold, T. (2017). Nachhaltiger Tourismus in deutschen Tourismusdestinationen - eine Bestandsaufnahme. In: D. Lund-Durlacher, M. S. Fifka & D. Reiser, Hrsg., *CSR und Tourismus. Handlungs- und branchenspezifische Felder*. Berlin: Springer Gabler.
- Braun, S., Loew, T. & Clausen, J. (2008). *Megatrends der Nachhaltigkeit. Unternehmensstrategie neu denken*. Berlin: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit.
- Brettschneider, F. (2013). Großprojekte zwischen Protest und Akzeptanz: Legitimation durch Kommunikation. In: F. Brettschneider & W. Schuster, Hrsg., *Stuttgart 21: Ein Großprojekt zwischen Protest und Akzeptanz* (S. 319-328). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Brundtland, G. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future* World Commission on Environment and Development: United Nations General Assembly document A/42/427.
- Complon, K. (2010). *Fünf Nachhaltigkeits-Sterne für Tourismusdestinationen? Erfahrungen aus Vergangenheit & Gegenwart und deren Implikationen für die zukünftige Entwicklung eines regionalen NachhaltigkeitsLabels*. Wien: Universität für Bodenkultur.

Quellen

Deutscher Tourismusverband e. V. (2017). Report Nachhaltigkeit. Bundeswettbewerb 2016/17 Nachhaltige Tourismusdestinationen. Abgerufen unter https://www.deutschertourismusverband.de/fileadmin/Mediendatenbank/Dateien/170929_REPORT-Nachhaltigkeit-Online-Version.pdf [abgerufen am 12.03.2022].

dwif-Consulting GmbH. (2019). Strategie zur touristischen Regionalentwicklung von Sauerland und Siegen-Wittgenstein. Abgerufen unter <https://www.siegen-wittgenstein.info/de/p/strategie-zur-touristischen-regionalentwicklung-von-sauerland-und/43631873/#:~:text=Jetzt%20downloaden%3A-,Strategie%202019%2B,-Verantwortlich%20f%C3%BCr%20diesen> [abgerufen am 07.07.2022].

Ebrecht, F. (2021). *Implementierung eines ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzeptes: „Von der Unternehmensstrategie zur Operationalisierung auf Quartiersebene“*. Göttingen: Cuvillier Verlag.

Europäische Kommission. (2016). The European Tourism Indicator System – ETIS toolkit for sustainable destination management. Abgerufen unter <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/21749> [abgerufen am 13.04.2022].

Fischer, A. (2014). *Sustainable tourism: from mass tourism towards eco-tourism*. Stuttgart: UTB; Bern: Haupt.

Gäumann, S. (2020). Barrierefreiheit - Touristische Angebote ohne auszugrenzen. Abgerufen unter https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Innotour/Gefoerderte_Projekte/2020-bis-2023/barrierefreiheit.html [abgerufen am 12.07.2022].

Global Sustainable Tourism Council. (2014). Globale Kriterien für Nachhaltigen Tourismus für Destinationen (GSTC-D). Abgerufen unter <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2017/01/German-GSTC-D-hh-31012014.pdf> [abgerufen am 13.04.2022].

Göbl, M. (2021). Aufgeladener Diskurs. Warum Moral allein keine Lösung ist und Nachhaltigkeit zur Leerformel zu werden droht. *Politische Meinung, Band 568*, 16-20.

Quellen

- Görge, B. (2021). *Nachhaltige Lebensführung: Praktiken und Transformationspotenziale gemeinschaftlicher Wohnprojekte*. Bielefeld: transcript Verlag.
- Kersten, I. & Pinnow, D. (2020). *Touristische Mobilität im ländlichen Raum*. Dessau- Roßlau: Umweltbundesamt
- Kreis Siegen-Wittgenstein. (2021). *Nachhaltigkeitsstrategie Kreis Siegen-Wittgenstein*. Siegen: Kreis Siegen-Wittgenstein.
- Herntrei, M. (2013). *Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen. Bürgerbeteiligung als Erfolgsfaktor?* Wiesbaden: Springer Gabler.
- Landesregierung Nordrhein-Westfalen. (2020). Die globalen Nachhaltigkeitsziele konsequent umsetzen. Weiterentwicklung der Strategie für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen. Abgerufen unter https://nachhaltigkeit.nrw.de/fileadmin/Dokumente/NRW_Nachhaltigkeitsstrategie_2020.pdf [abgerufen am 07.07.2022].
- Pufé, I. (2014). *Nachhaltigkeit*, 2. Auflage. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Rein, H. & Strasdas, W. (2017). *Nachhaltiger Tourismus. Einführung*, 2. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Reintinger, C., Berghammer, A., Schmude, J. & Joswig, D. (2014). Wohin geht die Reise? Multiagentensimulation als Instrument der Modellierung von individuellen Reiseentscheidungsprozessen unter dem Einfluss des globalen Wandels. *Geographische Zeitschrift*, 102(2), S. 106-121.
- Schuler, Y. & Pirchl-Zaugg, Y. (2021). *Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen*. Scuol: Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG & ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Schulz, A., Berg, W., Garandi, M. A., Kristges, T. & Eisenstein, B. (2014). *Grundlagen des Tourismus: Lehrbuch in 5 Modulen*, 2. Auflage. München: Oldenbourg.
- TourCert. (o.J.-a). Community. Finden Sie hier unsere weltweit zertifizierten und ausgezeichneten Mitglieder mit einem Klick. Abgerufen unter <https://www.tourcert.org/community/> [abgerufen am 20.02.2022].

Quellen

TourCert. (o.J.-b). Destinationen. Abgerufen unter <https://www.tourcert.org/angebot/zertifizierung-destinationen/> [abgerufen am 19.02.2022].

TourCert. (2018). Kriterienkatalog für Destinationen - November 2018. Abgerufen unter https://www.tourcert.org/wp-content/uploads/2021/02/TourCert_Kriterienkatalog_Dest_2018-1.pdf [abgerufen am 05.04.2022].

Touristikverband Siegerland-Wittgenstein e. V. (o.J.-i). Winterwandern in Siegen- Wittgenstein. Abgerufen unter <https://www.siegen-wittgenstein.info/de/winterwandern/siegen-wittgenstein/winterwandern-in-siegen-wittgenstein/2513427/> [abgerufen am 05.07.2022].

UNEP & UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers Abgerufen unter <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408214> [abgerufen am 11.04.2022].

UNWTO. (1976). Economic Review of World Tourism. Abgerufen unter <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284409495> [abgerufen am 12.03.2022].

UNWTO. (2022). World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2022. *UNWTO World Tourism Barometer* 20(1), 1-40. DOI: 10.18111/wtobarometereng.2022.20.1.1

Weber, F. & Taufer, B. (2016). *Nachhaltige Tourismusangebote. Leitfaden zur erfolgreichen Entwicklung und Vermarktung nachhaltiger Angebote von Tourismusdestinationen*. Luzern: Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Tourismuswirtschaft ITW.

Wirtschaft NRW. (2019). Vernetzt, digital, innovativ. Die neue Strategie für das Tourismusland Nordrhein-Westfalen. Abgerufen unter https://www.wirtschaft.nrw/sites/default/files/documents/2019-06-11-tourismus_nrw_final.pdf [abgerufen am 07.07.2022].



Echt vielfältig.

 **Siegen-Wittgenstein**
in Südwestfalen

Jule Kampen



j.kampen@siegen-wittgenstein.de



0271 3233 1017