

Kriterienkatalog für Destination

November 2018

1. Management: Strategie und Planung		GSTC	Pflicht	Verantwortung
1.1	Politische Entscheidung			
	Es besteht ein Beschluss von den zuständigen politischen Instanzen zur Umsetzung des Nachhaltigkeitsprozesses.	A.7	X	DMO, NR
1.2	Tourismusstrategie			
	Für die Destination gibt es ein Tourismusedwicklungs-konzept (z. B. Tourismusstrategie oder Destinationsstrategie), dass Dimensionen der Nachhaltigkeit (Klimaschutz, Ressourcenschutz, biologische Vielfalt, Menschenrechte, kulturelle Identität, lokaler Wohlstand etc.) integriert und in Chancen und Risiken des Tourismus dargestellt werden. Die Strategie wird von der DMO anhand messbarer Ziele regelmäßig überprüft.	A.1		DMO, NR
1.3	Nachhaltigkeitsrat			
	Das Thema Nachhaltigkeit ist in bestehenden Gremien in der Destination institutionalisiert oder die Destination hat einen Nachhaltigkeitsrat etabliert, der sich aus Vertretern verschiedener Interessensgruppen zusammensetzt, die Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigt und die nachhaltige Entwicklung der Destination fördert.	A.3 B.3	X	NR
1.4	Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur			
	Die Destination wird durch eine Organisationsstruktur vertreten, die unter Beteiligung verschiedener Akteure verantwortlich ist für eine abgestimmte Vorgehensweise des Tourismus.	A.2	X	DMO, NR
	1.3.1. Anteil (%) der Kommunen in der Tourismusdestination, die eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität haben			
	1.3.2. Anteil (%) der Kommunen in der Tourismusdestination, die in der DMO organisatorisch vertreten sind			
1.5	Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug			
	Für die DMO existiert ein Unternehmensleitbild mit Bezug zu ökologischer Verantwortung, sozialer Verantwortung für die Region (nach außen) und zur Verantwortung gegenüber Mitarbeitenden (nach innen). Dieses Dokument ist auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht.	A.2	X	DMO
1.6	Nachhaltigkeitsbeauftragte*r			
	In der Destination ist eine verantwortliche Person benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet, die intern die Nachhaltigkeitsaufgaben koordiniert. Sie ist Ansprechpartner*in für die Partnerbetriebe und externen Stakeholder und wird ggf. durch ein Nachhaltigkeitsteam unterstützt.	A.3	X	DMO, NR

1.7	Partnerbetriebe			
	Die Destination verfügt über ein Partnernetzwerk von Leistungsträgern, das relevante Akteure der Destination involviert und sich zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus bekennt.	A11	X	DMO, NR, PB
	Nachhaltigkeitsaktivitäten von Leistungsträgern werden von den Tourismusverantwortlichen aktiv unterstützt; es werden Hilfestellungen zu einer nachhaltigen Ausrichtung der Unternehmen gegeben.			
	1.7.1. Anteil (%) anerkannter Partnerbetriebe			
	1.7.2. Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel			
	1.7.3. Anteil (%) von gastgewerblichen Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel			
	1.7.4. Nachhaltigkeits-Index (%) Gästeführer*innen			
1.8	Dialog mit Anspruchsgruppen			
	Die Tourismusverantwortlichen indentifizieren gesellschaftlich und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen (Stakeholder) des Tourismus und integrieren sie durch einen regelmäßigen Dialog in den Nachhaltigkeitsprozess der Destination.	A.3 B.3	X	DMO, NR
1.9	Nachhaltigkeitskommunikation			
	Die Tourismusverantwortlichen kommunizieren aktiv Projekte, Initiativen und Maßnahmen der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in der Destination.		X	DMO, NR, PB
	1.10.1. Nachhaltigkeits-Index (%) Gästeinformations-Bewertung			
1.10	Nachhaltigkeitsbericht			
	In einem standardisierten Nachhaltigkeitsbericht werden die relevanten Themen, Initiativen und Maßnahmen sowie der Erfüllungsgrad der Zertifizierungskriterien und das Verbesserungsprogramm dargestellt. Dieser Bericht ist öffentlich und im Internet verfügbar.		X	DMO, NR
1.11	Rechtskonformität			
	Die im Nachhaltigkeitsprozess involvierten Tourismusakteure kennen und erfüllen alle maßgeblichen Gesetze (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte).		X	DMO, PB
1.12	Verbesserungsmanagement			
	Es wird ein Verbesserungsprogramm erstellt, das jährlich aktualisiert wird und sowohl Maßnahmen für die DMO selbst als auch auf Ebene der Destination beinhaltet.		X	DMO, NR

2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung

2.1	Gästezufriedenheit			
	Die Destination hat ein System zur regelmäßigen Erhebung der Gästezufriedenheit und ein Beschwerdemanagement-System implementiert.	A.10		DMO, PB

2.2	Qualitätsbewusstsein und Innovation		
	Die Tourismusverantwortlichen setzen sich für die Qualitätssicherung insbesondere in der Servicequalität und/oder Zertifizierung der Leistungsträger ein, motivieren die Tourismusunternehmen, an Qualitätsoffensiven teilzunehmen und regen einen ständigen Innovationsprozess an.	A.10	DMO, PB
	2.2.1. Anteil (%) von Tourismusbetrieben mit einer Qualitätsauszeichnung		
2.3	Gästeinformation und -sensibilisierung		
	Gemeinsam mit Naturschutzbehörden und Kulturämtern haben die Tourismusverantwortlichen Grundsätze zu einem angemessenen Gästeverhalten sowie Maßnahmen zur Gästesensibilisierung entwickelt. Diese Grundsätze werden an touristische Anbieter*innen der Destination verbreitet.	C2 C3	DMO, PB
	2.3.1. Anzahl von touristischen Informationsstellen		
	2.3.2. Bei einer Gästebefragung: Anteil (%) der Gäste, die angeben, dass sie sich der Nachhaltigkeitsbestrebungen und -aktivitäten der Destination bewusst sind		
2.4	Barrierefreiheit		
	Eine Nutzung von touristischen Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen in der Destination ist auch für Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen möglich, vor allem bei Sehenswürdigkeiten von herausragender kultureller und ökologischer Bedeutung. Das Thema Barrierefreiheit ist in allen Kommunikationsmitteln der DMO aufgeführt; Einrichtungen/Sehenswürdigkeiten sind entsprechend gekennzeichnet. Über barrierefreie ÖPNV-Transportmittel wird besonders informiert.	A.8	DMO
	2.4.1. Anteil (%) von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)		
2.5	Nachhaltige Produktbausteine		
	Die Tourismusverantwortlichen erheben und bewerten regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit ihrer kommunizierten touristischen Angebote		DMO, NR
	2.6.1. Anteil (%) der von der DMO auf Nachhaltigkeit bewerteten touristischen Dienstleistungen		
	2.6.2. Nachhaltigkeits-Index (%) Produktbewertung		

3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung

3.1	Wirtschaftliche Stabilität		
	Die Tourismusverantwortlichen erheben Kennzahlen zur Bewertung der wirtschaftlichen Stabilität der Destination und legen Zielsetzungen zu einem angemessenen Wachstum – unter Berücksichtigung der ökologischen und sozio-kulturellen Tragfähigkeit – fest.	B.1	DMO, NR
	3.1.1. Durchschnittliche Bettenauslastung (%)		
	3.1.2. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (In Tagen)		
	3.1.3. Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohnern (Tourismusintensität)		
	3.1.4. Gesamter Einkommensbetrag (€) des Tourismus in der Region		

3.1.5. Touristische Ausgaben (€) pro Besucher pro Tag

3.1.6. Höhe des Steueraufkommens des Tourismus

3.1.7. Anteil (%) direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtbeschäftigten.

Die DMO gibt Auskunft über die wirtschaftliche Stabilität des eigenen Unternehmens.

DMO

3.1.8. Zusammensetzung des Umsatzes der DMO

3.1.9. Wirtschaftliche Entwicklung der letzten 3 Jahre des DMO-Umsatzes

3.2 Saisonalität

Es existieren Daten zur monatlichen Verteilung der Tourismusankünfte und – Übernachtungen sowie der saisonalen Schwankungen und räumlichen Entzerrung in der Destination.

A.4

DMO

Gemeinsam mit Tourismusanbietern führt die DMO Maßnahmen durch, die darauf abzielen, touristische Aktivitäten saisonal so zu verteilen, dass ein Interessenausgleich zwischen lokaler Tourismuswirtschaft, Bevölkerung, Kultur und Umwelt besteht.

3.2.1. Monatliche Verteilung der Ankünfte

3.2.2. Monatliche Verteilung der Übernachtungen

3.2.3. Anzahl der Monate in der Hauptsaison

3.3 Zufriedenheit mit der DMO

Die DMO ermittelt die Zufriedenheit der Geschäftspartner*innen und Interessensgruppen mit ihren Dienstleistungen und ihrer Nachhaltigkeitsausrichtung.

DMO

3.3.1. Zufriedenheit-Index (%) Partner*innen, Interessensgruppen

3.3.2. Rücklaufquote (%) der Befragung der Partner*innen, Interessensgruppen

4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand

4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe

Die DMO kennt und bewirbt typische lokale bzw. regionale Produkte. Zusammen mit regionalen Akteuren, Verbänden und Institutionen unterstützt die DMO touristische Unternehmen beim Erwerb von regionalen Produkten und Dienstleistungen sowie bei der Regionalisierung der Gastronomie.

B.9

DMO, PB

4.2 Öko-faire Beschaffung

In der DMO existieren Richtlinien zum nachhaltigen Einkauf, zum Beispiel von regionalen Produkten und Dienstleistungen sowie zertifizierten oder Fair Trade-Produkten. Bei öffentlichen Ausschreibungen werden Kriterien aufgenommen, die vom* von der Auftragnehmer*in fordern, dass Produkte und Dienstleistungen geliefert werden, die umweltverträglich sind, artgerechte Tierhaltung berücksichtigen und, falls möglich, aus dem regionalen Wirtschaftskreislauf stammen.

DMO, PB

Gemeinsam mit Initiativen, Verbänden und Institutionen unterstützt die DMO touristische Unternehmen dabei, solche Produkte und Dienstleistungen einzusetzen.

Es wird sichergestellt, dass keine Produkte verkauft oder verarbeitet werden, die unter CITES fallen (z.B. Souvenirs mit Materialanteilen geschützter Arten wie Schildkröten, Korallen, Muscheln oder Holzskulpturen) oder aus anderen Gründen artenschutzrechtlich bedenklich sind.

4.2.1. Anteil (%) regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte

4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

Die Tourismusverantwortlichen besitzen aktuelle Daten zur Beschäftigung im Tourismus. Zusammen mit Branchenverbänden und politischen Institutionen werden Themen wie Saisonarbeit und Teilzeit, einheimische Beschäftigung, Fachkräftemangel und demografischer Wandel begleitet; ebenso werden Anreize zur Legalisierung informeller Betriebe und Beschäftigungen gegeben.

B.1

DMO, NR,
PB

4.3.1. Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen

4.3.2. Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe

4.3.3. Anzahl der Gastgewerbe

4.3.4. Anzahl der Beschäftigten in anderen touristischen Bereichen

5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft

5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt

Die Tourismusverantwortlichen sind über die Ist-Situation der Ökosysteme in der Destination sowie zu den wesentlichen positiven wie negativen Auswirkungen der touristischen Aktivitäten auf Natur und Umwelt informiert, zum Beispiel durch regelmäßige Abstimmungen mit und Abfragen bei Umwelt- und Naturschutzbehörden. Touristische Aktivitäten, die verstärkt Umweltrisiken bergen, werden identifiziert, und der Umgang mit diesen Aktivitäten wird aktiv diskutiert. Aus der Bewertung werden Maßnahmen zur Vermeidung und Reduzierung von Umweltrisiken erarbeitet.

D.1

DMO, NR

5.1.1. Anteil (%) der als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche

5.1.2. Nachhaltigkeitsindex (%) Biodiversitäts-Check

5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren

Die Tourismusverantwortlichen setzen sich für die Konfliktreduktion zwischen Tourismus- und Naturschutzakteuren ein und analysieren kontinuierlich potenzielle Konfliktbereiche.

Es gibt eine aktive Zusammenarbeit zwischen Tourismusverantwortlichen und Naturschutzverbänden/-akteuren, Schutzgebietsverwaltungen und/oder den Naturschutzbehörden.

DMO, NR

Es werden gemeinsame Projekte von den Tourismusverantwortlichen und Akteuren des Natur- und Umweltschutzes in der Destination durchgeführt.

5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

Alle im Nachhaltigkeitsprozess involvierten Tourismusakteure kennen und informieren sich über tourismusrelevante Bestimmungen zum Erhalt der biologischen Vielfalt und

D.2

DMO, NR,
PB

Monitoringaktivitäten von Biodiversitätsaspekten in der Region. Die Ergebnisse werden in der touristischen Planung berücksichtigt.

Durch gemeinsame Projekte mit Naturschutzakteuren und Tourismusanbieter wird biologische Vielfalt für den Gast in der Destination erlebbar gemacht.

Die Tourismusverantwortlichen motivieren Tourismusunternehmen und Gäste, sich aktiv für den Schutz von Ökosystemen und gefährdeten Tier- und Pflanzenarten zu engagieren. Es wird für den Umgang mit gebietsfremden invasiven Arten sensibilisiert. Tourismusunternehmen und Gäste erhalten Empfehlungen, um negative Wirkungen auf die Biodiversität durch das eigene Verhalten zu vermeiden.

5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

Die Tourismusverantwortlichen, Tourismusanbieter*innen, regionale Initiativen und kommunale Behörden sowie Naturschutzbehörden stimmen sich ab bei touristischen Infrastrukturplanungen, bei Projekten zum Erhalt traditioneller Kulturlandschaften sowie bei Projekten zum Erhalt und zur Verschönerung des kulturhistorischen Ortsbildes, architektonischer Besonderheiten sowie zur Unterstützung regionaler Baukultur.

C.1

DMO, NR,
PB

5.5 Regional abgestimmte Besucherlenkung

Die Tourismusverantwortlichen sind in die Ausarbeitung von Besucher*innen-Lenkungskonzepten eingebunden und streben einheitliche und hochwertige Ausweisungen von touristischen Wegeführungen zu touristischen Attraktionen und Anbieter*innen an. Im Rahmen der Besucher*innen-Lenkung wird zudem auf eine Konfliktvermeidung zwischen verschiedenen Nutzergruppen von Gebieten geachtet.

C.2

DMO, NR

5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen

Mindestens 30% des eigenen Firmengeländes und der Liegenschaften der koordinierenden Instanz (DMO) sowie Flächen in deren Zuständigkeitsbereich wie Freibäder/Thermalbäder, Kulturanlagen, Strände und Kurparke werden naturnah gestaltet und gepflegt.

DMO, NR

6. Umwelt: Ressourcenmanagement

6.1 Handlungsfelder des Klimawandels

Die Tourismusverantwortlichen sind informiert über regionale Klimaschutzkonzepte sowie über die wichtigsten Risiken des Klimawandels für den Tourismus sowie die für den Tourismus relevanten Maßnahmen zum Klimaschutz und zur Anpassung an den Klimawandel.

D.1

DMO, NR

6.2 Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte

Die Tourismusverantwortlichen erarbeiten touristische Mobilitätskonzepte in der Destination und sichern durch ihre aktive Kommunikation (mindestens auf regionaler Ebene) einen umweltfreundlichen Transport für Touristen.

D.12

DMO, NR

6.3 Umweltschonende An- und Abreise

Die Tourismusverantwortlichen geben selbst Gästeinformationen im Hinblick auf die Anreisemöglichkeiten mit umweltfreundlichen und/oder öffentlichen Verkehrsmitteln und motivieren auch die touristischen Leistungsträger, ihre Gäste entsprechend zu informieren.

DMO, PB

6.3.1. Verteilung der Verkehrsmittelwahl bei Gästeankünften

6.4	Umweltverträgliche Mobilität vor Ort		
	Die Tourismusverantwortlichen und Partnerbetriebe führen Initiativen und Maßnahmen durch, um die Nutzung von umweltfreundlichen Transportmitteln bei den Gästen zu steigern, die tägliche Zweckmobilität vor Ort zu ermöglichen und eine umweltverträgliche Freizeitmobilität zu bewerben.	D.12	DMO, PB
6.5	Klima- und Umweltschutz in Betrieben		
	In der Destination werden Kampagnen zur CO ₂ -Reduktion und zum umweltfreundlichen Verhalten in touristischen Betrieben initiiert und unterstützt.	D.5	DMO, NR, PB
	6.5.1. Stromverbrauch (kWh) pro Übernachtung und Jahr (Unterkünfte unter den Partnerbetrieben)		
	6.5.2. Wärmeverbrauch (kWh) pro Übernachtung und Jahr (Unterkünfte unter den Partnerbetrieben)		
	6.5.3. CO ₂ -Emissionen (kg) pro Übernachtung		
	6.5.4. Anteil (%) erneuerbarer Energien am Gesamtenergieverbrauch (Unterkünfte unter den Partnerbetrieben)		
6.6	Wasserverbrauch und Abfallaufkommen		
	In der Destination werden Informationen bereitgestellt und Kampagnen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs und des Abfallaufkommens in touristischen Betrieben initiiert oder unterstützt.		
	Die Badewasserqualität der Gewässer sowie Trinkwasserqualität in der Destination sind bekannt und es wird von den Tourismusverantwortlichen auf kritische Werte hingewiesen.	D.6	DMO, NR, PB
	In Regionen ohne öffentliche Kanalisation und funktionierende Kläranlage weisen die Tourismusverantwortlichen aktiv auf Förderungsmöglichkeiten zur Installation von betriebseigenen Klärsystemen hin, die dem Volumen und dem Grad der Verschmutzung der Abwässer entsprechen.		
6.7	Lärm, Luft- und Wasserqualität		
	In der Destination werden Maßnahmen zur Reduzierung von tourismusbedingtem Lärm und zur Steigerung von Luft- und Wasserqualität durchgeführt.	D.8 D.11	DMO, NR, PB
6.8	Energieeffizienz		
	Die DMO und die Partnerbetriebe haben Kenntnis über den Energieverbrauch des eigenen Betriebs, setzen sich Reduktionsziele und streben die vermehrte Nutzung erneuerbarer Energien an.		DMO, PB
	6.8.1. Stromverbrauch (kWh) pro Mitarbeitenden und Jahr		
	6.8.2. Heizenergieverbrauch (kWh) pro Mitarbeitenden und Jahr		
	6.8.3. Dienstreisen (km) pro Jahr		
	6.8.4. Anteil (%) an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch		
6.9	Wasser		
	Die DMO und die Partnerbetriebe messen und reduzieren ihren Wasserverbrauch.		DMO, PB

6.10	Abfall		
	Die DMO und die Partnerbetriebe messen und reduzieren ihr Abfallaufkommen.		DMO, PB
	6.10.1. Abfallaufkommen (l) Restmüll pro Mitarbeitenden und Jahr		
	6.10.2 Abfallaufkommen (l) Papier pro Mitarbeitenden und Jahr		
	6.10.3 Abfallaufkommen (l) Plastik pro Mitarbeitenden und Jahr		
6.11	Papier		
	Die DMO und die Partnerbetriebe messen und reduzieren ihren Papierverbrauch und nutzen vornehmlich Recyclingpapier.		DMO, PB
	6.11.1. Gesamtgewicht Papier (kg) pro Mitarbeitenden und Jahr		
	6.11.2. Anteil (%) an Recyclingpapier		
	6.11.3. Anteil (%) an FSC/PEFC-Papier		
6.12	Umweltschonende Anfahrt		
	Die DMO und die Partnerbetriebe geben Auskunft darüber, ob und wie sie mit dem ÖPNV erreichbar sind und fördern die umweltfreundliche Anreise.		DMO, PB
6.13	Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten		
	In der DMO und den Partnerbetrieben werden Maßnahmen durchgeführt, die ein umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden unterstützt, insbesondere in den Bereichen Geschäftsreisen und Fuhrpark, Raumklima und Beleuchtung, Büromaterial und Abfall, Ernährung und Bewirtung.		DMO, PB

7. Soziales: Kultur und Identität

7.1	Schutz und Erhalt von Kulturgütern		
	Die Tourismusverantwortlichen werden in Planungen zum Schutz des kulturellen Erbes der Destination einbezogen.	A.6	DMO, NR
	Die wichtigen tourismusrelevanten Kulturgüter sind den Tourismusverantwortlichen bekannt und werden in Kommunikationsmedien für Gäste dargestellt.	C.1	
7.2	Kulturelle Identität		
	Die Tourismusverantwortlichen und Partnerbetriebe unterstreichen die Besonderheiten des immateriellen Kulturerbes in Kommunikationsmitteln der Destination (z. B. Sprachen/Mundart/Dialekte, Lieder, Musik, Kunst und Theater, handwerkliche Fertigkeiten), sofern sie keine ethischen, moralischen und artenschutzrechtlichen Bedenken hervorrufen. Die Tourismusverantwortlichen entwickeln und vermarkten entsprechende touristische Angebote.	C.5	DMO, NR, PB

8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität

8.1	Menschenrechte		
	Die Tourismusverantwortlichen garantieren die Einhaltung der Menschenrechte in ihren touristischen Aktivitäten und vereinbaren betriebliche Ziele zur Sicherung der Menschenrechte.		DMO, NR, PB
	Die Tourismusverantwortlichen sind informiert über eventuelle		

Menschenrechtsverletzungen in der Destination und verfügen über ein klar festgelegtes System und Verfahren zur Vorbeugung und Handhabung von Menschenrechtsverletzungen.

8.2	Risikomanagement		
	Die Tourismusverantwortlichen werden auf akute Sicherheits- und Gesundheitsrisiken für Touristen von entsprechenden Stellen hingewiesen. Es existiert ein Krisen- bzw. Risikomanagementplan, um Touristen im Notfall zu schützen und falls erforderlich Konsequenzen für touristische Angebote zu ziehen.	A.13	DMO, NR
8.3	Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen		
	Die Tourismusverantwortlichen sind zusammen mit Verbänden, Gemeinden und anderen Institutionen in Initiativen zur Unterstützung von Beschäftigungsqualität und familienfreundlichen Arbeitsbedingungen in touristischen Betrieben der Destination involviert.	B.2	DMO, PB
8.4	Zufriedenheit der Lokalbevölkerung		
	Erwartungen, Bedenken und Zufriedenheit der lokalen Bevölkerung mit dem Tourismus werden regelmäßig analysiert und bewertet. Zum Beispiel werden Beschwerdebriefe und Klagen der Bevölkerung zu touristischen Belangen ausgewertet und die Tourismusakzeptanz in die Tourismusplanung und Bürger*innen-Umfragen integriert.	B.3 B.4 B.6	DMO, NR
8.5	Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement		
	Ehrenamtliche Organisationen arbeiten mit den Tourismusverantwortlichkeiten in konkreten Projekten eng zusammen. Es wird sich für soziale, ökologische oder kulturelle Projekte in der Destination eingesetzt, unter anderem in Form von Patenschaften, Sponsoring oder ehrenamtlichen Aktivitäten. Touristische Betriebe werden durch mögliche Kooperationsangebote dazu ermutigt, ebenfalls Beiträge zu Ehrenamt und bürgerschaftlichem Engagement zu leisten.	B.8	DMO, PB, NR
8.6	Arbeitsbedingungen in der DMO		
	Die DMO bietet familienfreundliche Arbeitsbedingungen sowie Maßnahmen zur Erhöhung der Attraktivität der Beschäftigung über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Sie orientiert sich an den Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen.		DMO
	8.6.1. Anzahl Festangestellte (Vollzeitäquivalente)		
	8.6.2. Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)		
8.7	Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO		
	Die DMO ermittelt die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeitenden.	X	DMO
	8.7.1. Zufriedenheits-Index (%) Mitarbeitende		
	8.7.2. Rücklaufquote (%) der Mitarbeitenden-Befragung		
8.8	Toleranz und Inklusion		
	Die DMO und die Partnerbetriebe garantieren Chancengleichheit in Bezug auf Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung. Es wird ein toleranter und respektvoller Umgang in der Destination gestärkt.	B.2	DMO, PB

8.9 **Schulung zur Nachhaltigkeit**

Es gibt ein regelmäßiges Angebot von Weiterbildungen/Schulungen für die Mitarbeitenden der DMO zu Nachhaltigkeits- und sonstigen Themen.

X DMO, PB

1. Abkürzungen:

- > DMO = Destinationsmanagementorganisation
- > NR = Nachhaltigkeitsrat
- > PB = Partnerbetriebe