



**Abschlussbericht**

Az. 32647/01

Nachhaltiger grenzüberschreitender Tourismus im Donauraum:  
***Nachhaltigkeitsbewertungen und CSR-Aktionen  
entlang der touristischen Wertschöpfungskette.***

**Herausgeber**

TourCert gGmbH  
Blumenstraße 19  
70182 Stuttgart  
Deutschland

Telefon: +49 711 248 397-0  
E-Mail: [info@tourcert.org](mailto:info@tourcert.org)  
Web: [www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)

Geschäftsführer:  
Marco Giraldo

Stuttgart, August 2020

Layout: Marco Giraldo  
Editor: Marco Giraldo, Milena Ignatova

Copyright Cover: pixabay

# Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung .....	5
2. Schlüsselindikatoren .....	8
3. Die Projektgemeinschaft .....	9
4. Von der Idee bis zum Abschluss .....	11
4.1 Ein ambitioniertes Vorhaben.....	11
4.2 Erste Erfahrungen und differenziertere Betrachtung.....	13
4.3 Reflexion und erste Anpassungen.....	14
4.4 Stärkerer Fokus auf Kommunikation und neue Kooperationen.....	15
4.5 Plan und Wirklichkeit.....	15
4.6 Anpassungsantrag und Neuausrichtung.....	16
4.7 Vier neue Bausteine.....	16
4.8 Abschließende Neuerung .....	18
4.9 Stillstand durch COVID-19 und Projektbeendigung .....	18
5. Unterziele und dazugehörige Maßnahmen.....	20
5.1 Teilnahme und Umweltentlastung.....	20
5.3 Qualifizierung und Vernetzung .....	26
5.3 Verbreitung von Best Practices .....	27
6. Umweltentlastung .....	27
7. Fazit.....	29

## **Abbildungs- und Tabellenverzeichnis**

Abbildung 1 Bedeutung von Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen .....	5
Abbildung 2 Hürden für nachhaltiges Reiseverhalten .....	6
Tabelle 1 Projekttitel, Laufzeit und Budget .....	6
Tabelle 2 Plan-Ist-Vergleich Schlüsselindikatoren im Überblick .....	8
Tabelle 3 Plan-Ist-Vergleich Kennzahlen zur Teilnahme und Umweltentlastung .....	20
Tabelle 4 Plan-Ist-Vergleich Kennzahlen Geschäftsanbahnung und Sensibilisierung .....	24
Tabelle 5 Plan-Ist-Vergleich Qualifizierung und Vernetzung .....	26
Tabelle 6 Plan-Ist-Vergleich Verbreitung von Best Practices .....	27

# 1. Zusammenfassung

Der Tourismus boomt – immer mehr Reisende erfreuen sich an den Natur- und Kulturschätzen der europäischen Reiseregionen. Dabei ist der Mehrheit der Urlauber auch der verantwortliche Umgang mit den genutzten Ressourcen wichtig. Laut zahlreichen Studien zum Thema Reisen würden über die Hälfte der Deutschen ihre Urlaubsreise gerne ökologisch und sozial verträglich gestalten, doch leider können sie dies oftmals nicht tun – denn es fehlt an einem umfassenden und gut aufbereiteten nachhaltigen Angebot.

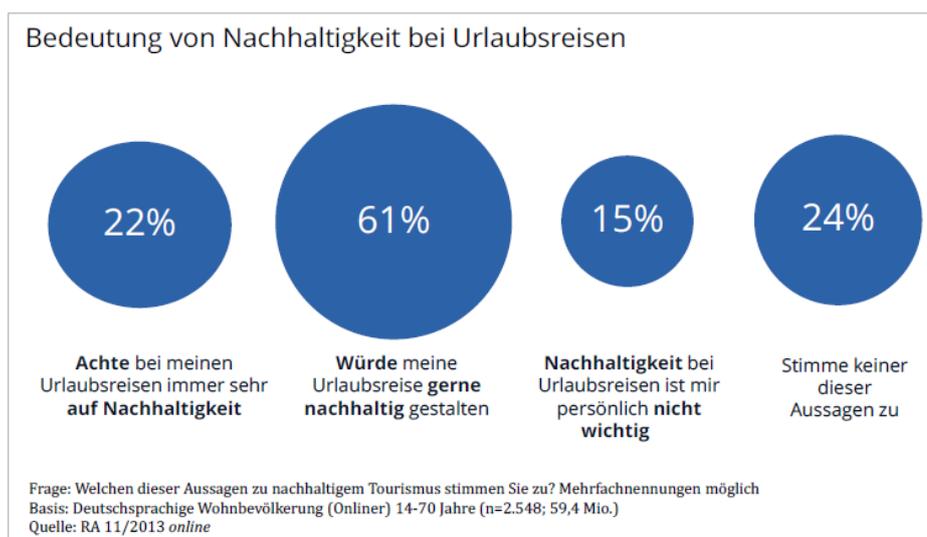


Abbildung 1 Bedeutung von Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

Eine nachhaltige Ausrichtung des touristischen Angebots wird für Tourismusakteure in den Destinationen zunehmend von der Kür zur Pflicht. Ressourcenschonung, verantwortungsvolle Geschäftspraktiken bei den Leistungsträgern und die Einbindung der lokalen Bevölkerung bei der touristischen Gestaltung der Destination, sind einige wichtige Aspekte eines nachhaltigen Tourismus. Sie können in hohem Maße zur touristischen Attraktivität und einer qualitätsvollen Produktentwicklung beitragen. Ihre Umsetzung wird somit zum Wettbewerbsvorteil.

Hürden für nachhaltiges Reiseverhalten	
Ich würde meine Urlaubsreisen gerne nachhaltig gestalten, dabei wäre es mir eine Hilfe wenn:	
Damit keine zusätzlichen Kosten verbunden wären	55%
Meine Urlaubswünsche auch dann erfüllt werden	49%
Ich mehr Information dazu bekäme	43%
Es für Nachhaltigkeit ein klares Siegel/Gütezeichen gäbe	42%
Das Angebot größer wäre	32%
Ich mehr über die Vorzüge nachhaltigen Reisens erfahren würde	32%
Auch die Mobilität vor Ort gesichert wäre	31%
Die Suche nach Angeboten nicht so mühsam wäre	30%
Ich eine Beratung (im Reisebüro) bekäme	22%
Es genau so etwas für meine Vorstellung des Reisens gäbe	21%
Mein Reisepartner das auch wollte	20%

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung (Online) 14-70 Jahre, die Ihre Urlaubsreise gerne nachhaltig gestalten würden (n=1.564; 36,4 Mio.). Mehrfachnennungen möglich, in %  
Quelle: RA 11/2013 online

Abbildung 2 Hürden für nachhaltiges Reiseverhalten

Um die ungenutzten Potenziale des Donauraums im Sinne dieser Entwicklung zu gestalten, wurde seit Ende 2015 das Projekt „Nachhaltiger grenzüberschreitender Tourismus im Donauraum: Nachhaltigkeitsbewertungen und CSR-Aktionen entlang der touristischen Wertschöpfungskette“ kurz „TourCert Danube“ betrieben. Ziel war es, dass CSR sensibilisierte Tourismusunternehmen und verantwortungsbewusste Reisende für eine nachhaltige Tourismusentwicklung und Umweltentlastung entlang der Wertschöpfungskette in Deutschland und in Ländern des Donauraums – mit Schwerpunkt Bulgarien sensibilisiert und qualifiziert werden.

<b>Antragstitel</b>	„Nachhaltiger grenzüberschreitender Tourismus im Donauraum: Nachhaltigkeitsbewertungen und CSR-Aktionen entlang der touristischen Wertschöpfungskette“ kurz „TourCert Danube“
<b>Laufzeit</b>	Ursprünglich: 11.12.2015-11.12.2018 (36 Monate) Verlängerung #1: 31.03.2020 Verlängerung #2: 30.04.2020
<b>Fördersumme DBU</b>	378.707,00 €
<b>Eigenanteil</b>	378.708,00 €
<b>Gesamtbudget</b>	757.415,00 €

Tabelle 1 Projekttitle, Laufzeit und Budget

Was in der Theorie der Antragsstellung völlig klar und nachvollziehbar erschien und auch mit sehr viel Enthusiasmus betrieben wurde, erwies sich als nicht bzw. nur bedingt umsetzbar. Der stark prozessorientierte Ansatz des Projektes stieß an Grenzen, da die Kooperation mit Leistungsträgern oder Organisationen vor Ort nicht zustande oder ins Stocken kam oder aufgrund personeller Wechsel immer wieder neu aufgebaut werden musste und letztlich unverbindlich blieb.

Kritisch im Projektverlauf war auch die enorme Diskrepanz zwischen dem artikulierten Bedarf und dem Handeln. Entgegen dem großen Zuspruch und der Zusage von Unterstützung, stand ein Unverständnis für die Notwendigkeit den damit verbundenen personellen wie auch finanziellen Beitrag zu leisten. Eine Einstellung, die den Erfolg der Maßnahmen nahezu unmöglich machte und dazu führte, dass immer wieder Anpassungen vorgenommen werden mussten. Zum Abschluss der Projektlaufzeit konnten die gesteckten Ziele zwar teilweise wie geplant, größtenteils aber nur in abgeänderter Form erreicht werden.

Der Projektfortschritt wurde nach Vorgaben der DBU Geschäftsstelle dokumentiert und in Form von Zwischenberichten übermittelt, geprüft und diskutiert. Im Zusammenhang mit den Anpassungsanträgen wurden umfangreiche Gespräche geführt und die notwendigen Veränderungen ausführlich erläutert. Im Abschlussbericht wird das Projekt zusammenfassend dargestellt. Die Ergebnisse – auch verglichen mit den ursprünglichen Zielen werden beschrieben. Sonstige für die Bewertung der Fördermaßnahme wichtige Umstände werden dargestellt.

## 2. Schlüsselindikatoren

Name	Plan	Plan nach Anpassung	Ist	Status
<p><b>Projektziel 1:</b>  <b>Tourismusunternehmen</b> entlang der Wertschöpfungskette im Donauraum erfüllen CSR-Mindestkriterien.</p> <p>Teilnehmende Tourismusunternehmen verbessern ihre <b>Umweltleistung und Ressourceneffizienz</b> und kommunizieren ihre Praxis nachhaltigen Wirtschaftens zur weiteren Verbreitung in der Branche.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 50 Unternehmen</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 25 Unternehmen</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 20 Hotelbetriebe</li> <li>▪ Keine Umweltentlastung gemessen, jedoch Erstellung von Verbesserungsprogrammen mit entsprechenden Maßnahmen.</li> </ul>	teilweise erfüllt
<p><b>Projektziel 2:</b>  <b>Reiseveranstalter</b> und Reisebüros in Deutschland sensibilisieren und motivieren Reisende für ein nachhaltiges Reiseverhalten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 10 Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 10 Unternehmen</li> <li>▪ 1 Delegationsreise von Deutschland nach Bulgarien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 8 Unternehmen mit Letter of Intent</li> <li>▪ Durchführung einer 5tägigen Delegationsreise von Deutschland nach Bulgarien mit 3 Teilnehmer*innen</li> </ul>	erfüllt
<p><b>Projektziel 3:</b>  <b>Hotels in Bulgarien</b> verbessern ihre Umweltleistung. <b>Pilothotels</b> führen lokale Bioprodukte ein.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 30 Unterkünfte</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> <li>▪ 5 Pilotbetriebe mit Bioprodukten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 30 Unterkünfte</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> <li>▪ 5 Betriebe nehmen Beratung zur Einführung von Bioprodukten in Anspruch</li> <li>▪ 1 Delegationsreise von Bulgarien nach Deutschland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 40 Hotels in Bulgarien wurden beraten und wenden verschiedene Umweltmaßnahmen an.</li> <li>▪ mehr als 180 Unterkünfte wenden Umweltmaßnahmen an.</li> <li>▪ Keine Umweltentlastung gemessen</li> <li>▪ 5 Hotels bieten saisonale Menüs mit Gemüse und Früchten an, die auf umweltfreundliche Weise produziert werden</li> <li>▪ Durchführung einer 5tägigen Delegationsreise von Bulgarien nach Deutschland mit 7 Teilnehmer*innen</li> </ul>	erfüllt
<p><b>Projektziel 4:</b>  <b>Eine ‚CSR-Community‘</b> der beteiligten Tourismusunternehmen dient als <b>Onlineplattform zur Qualifizierung und Vernetzung.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eine Online-Plattform</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TourCert Cockpit zur Datenerhebung und Erhalt des Zertifikats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einrichtung eines entsprechenden Bereichs im Cockpit</li> <li>▪ Ausstellung eines Sustainability Commitment</li> </ul>	teilweise erfüllt
<p><b>Projektziel 5:</b>  Die <b>CSR Good Practices</b> sind in den Ländern des Donauraums verbreitet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mehrere Good Practices</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Best Practice und Storytelling Plattform</li> <li>▪ Facebook Gruppe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fertigstellung der Plattform</li> <li>▪ Schaffung und Moderation einer Facebook Gruppe mit 214 Mitgliedern und zahlreichen Best Practice Beiträgen</li> </ul>	erfüllt
<p><b>Projektziel 6:</b>  <b>Erfolgreiches Projektmanagement</b> und Zusammenarbeit mit Ecosystem Europe in Bulgarien</p>				teilweise erfüllt

Tabelle 2 Plan-Ist-Vergleich Schlüsselindikatoren im Überblick

### 3. Die Projektgemeinschaft

Der Unternehmensverband ‚forum anders reisen‘ (far) hatte in den Jahren 2008 bis 2011 eine Förderung der DBU für das Projekt ‚Nachhaltiges Wirtschaften in kleinen und mittelständischen Reiseunternehmen der Tourismusbranche‘ (AZ: 26748-44) erhalten. Im Rahmen dieses Projekts wurde ein Nachhaltigkeitsmanagement und CSR-Berichtswesen für Reiseveranstalter entwickelt und erfolgreich in den Mitgliedsunternehmen eingeführt. Die Unternehmen forderten als Anerkennung ihrer Anstrengungen eine anschließende Zertifizierung, die dann zusätzlich im Rahmen des Projekts entwickelt wurde.

Zur Sicherung eines von Unternehmensinteressen unabhängigen und glaubwürdigen Zertifizierungssystems wurde aufgrund dieser Forderungen in 2009 von den gemeinnützigen Organisationen KATE-Umwelt & Entwicklung, Tourism Watch - Evangelischer Entwicklungsdienst, Naturfreunde Internationale und Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde die gemeinnützige Gesellschaft ‚TourCert‘ als GbR gegründet. Im Jahr 2015 wurde TourCert in eine gGmbH umgewandelt.

TourCert vergibt das TourCert-Siegel für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus, organisiert Training und Beratung zur Einführung von Nachhaltigkeits-Systemen im Tourismus, qualifiziert Nachhaltigkeits-ManagerInnen in den Unternehmen und stellt den Unternehmen Online-Trainings und eine Software für Nachhaltigkeits-Indikatoren, Stakeholder Befragungen, Nachhaltigkeitschecks in der Wertschöpfungskette und die Erstellung der Nachhaltigkeitsberichte zur Verfügung. Unabhängige Gutachter überprüfen regelmäßig die Nachhaltigkeitsleistung. Der ehrenamtliche Zertifizierungsrat mit Experten aus Tourismus, Wissenschaft, Umwelt, Entwicklungspolitik und Gewerkschaften ist die Entscheidungsinstanz zur Vergabe der Zertifizierung.

Der Erfolg von TourCert in Deutschland hat schon früh zur Ausweitung auf andere Länder geführt, zunehmend auch international durch Anfragen von Partneragenturen der deutschen Reiseveranstalter. Um diesen internationalen touristischen Dienstleistern einen Einstieg in ein Nachhaltigkeitssystem zu ermöglichen und die Nachhaltigkeitsleistung zertifizierter Reiseveranstalter über ihre gesamte Wertschöpfungskette zu fördern und messbar zu machen, hat TourCert den sogenannten TourCert-Check geschaffen. Dabei handelt es sich um eine Auszeichnung mit einem Logo und einer damit verbundenen Mitgliedschaft in der „TourCert

Community“. Grundlage ist ein Selfcheck mit Qualifizierungsprogramm sowie ein Aktionsplan; Überprüfung durch ein Deskaudit und Mystery-Check (Stichproben). Es ist keine aufwändige Zertifizierung mit Nachhaltigkeitsbericht und externer Vor-Ort-Begutachtung und kann daher weltweit durchgeführt werden.

Im Rahmen der internationalen Zusammenarbeit gab es bereits mehrere Kontakte von TourCert in die Länder des Donauraums, insbesondere mit dem Danube Competence Center (DCC) in Belgrad (Serbien), das eine Kooperationsplattform für nachhaltigen Tourismus im Donauraum ist und die Vernetzung und Qualifizierung zwischen den Akteuren aus den unterschiedlichen Ländern fördert. Mit der bulgarischen Organisation Ecosystem Europe wurde bereits im Rahmen eines europäischen Projekts von 2010 bis 2012 bei der Erprobung von umweltorientierten Maßnahmen für kleine Unterkünfte zusammengearbeitet.

Ecosystem Europe wurde 2013 gegründet und ist eine Non-Profit-Organisation mit der Mission, Kenntnisse und Fähigkeiten junger Menschen zu fördern, um die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Durch innovative, flexible und attraktive Methoden soll eine funktionierende Balance zwischen Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt erreicht werden, um die Zielgruppen zu nachhaltigem Denken und Handeln anzuregen.

Das Team von Ecosystem Europe verfügt über langjährige Erfahrung im nachhaltigen Tourismus – von Themenbereichen wie saubere Technologien oder Schutz der biologischen Vielfalt bis hin zu Umweltmanagementsystemen und Umweltzertifizierungen. Ecosystem Europe hat ausgezeichnete Kontakte in der Tourismusindustrie und verfügt über entsprechendes Wissen bzgl. Umweltfragen und Lösungsansätzen im lokalen Kontext. Das Team war an der Durchführung von Projekten in den Bereichen Umweltbildung, Umweltmanagement, Schutz der Biodiversität, Ökotourismus, Klimawandel (Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energiequellen), nachhaltige Landbewirtschaftung und auch an einigen Projekten im Bereich Schutz internationaler Gewässer beteiligt. Die Mitarbeiter sind ausgebildete Experten in der EMAS Easy Methode, um Umweltmanagementsysteme in kleinen Unternehmen zu implementieren.

Zwischen 2009 und 2012 rief das Ecosystem Europe Team in Bulgarien zwei Cluster (bestehend aus Hotels, Pensionen, NGOs und anderen touristischen Sehenswürdigkeiten) ins Leben: Ziel dieser Initiative war es, die Gruppenmitglieder zu unterstützen, die Wechselwirkungen untereinander zu analysieren und zu verbessern sowie Best Practices zu implementieren. Infolge der durchgeführten Maßnahmen (in Bereichen wie Energieeffizienz, Kommunikation etc.) gelang es

den Clustermitgliedern, ihre Umweltperformance zu verbessern und insgesamt mehr als eine Tonne CO<sub>2</sub>-Emissionen einzusparen.

## **4. Von der Idee bis zum Abschluss**

Die allererste Idee zum Projekt entstand 2014, als Ecosystem Europe die Deutsche Bundesstiftung Umwelt mit dem Konzept kontaktierte, Hotels in Bulgarien zu mehr Umweltfreundlichkeit zu ermutigen. Dieses erste Konzept konzentrierte sich auf die praktische Unterstützung von Klein- und Kleinstunternehmen in Bulgarien, die die Mehrheit der Beherbergungsbetriebe darstellen und selten über spezifisches Wissen im Umweltmanagement verfügen.

Die vorgeschlagene Lösung von Ecosystem Europe bestand darin, ein Netzwerk von umweltfreundlichen Hotels zu schaffen und sie regelmäßig mit Schulungen und Best Practices in den Bereichen Wasser, Abfall, Energie, Einbeziehung von Mitarbeitern und Gästen usw. zu versorgen.

Im Jahr 2015 entwickelte TouCert auf der Grundlage der gewonnenen Erfahrungen und profunden Kenntnisse auf dem Gebiet des verantwortungsvollen Tourismus einen umfangreicheren Projektvorschlag, der zu einer nachhaltigen Entwicklung des gesamten Donaumaums beitragen sollte. Fokus dabei lag nach wie vor auf den Aktivitäten in Bulgarien und der Partnerschaft mit Ecosystem Europe, erweiterte allerdings die ökologische Ausrichtung der ursprünglichen Idee um soziale und ökonomische Faktoren.

Das Projekt wurde gemeinschaftlich weiterentwickelt. Im Dezember 2015 wurde es mit einem Zeitrahmen von 36 Monaten bis Dezember 2018 und einem Gesamtbudget i. h. v. 757.415,00 € (Förderanteil 50% = 378.707,00€) genehmigt.

### **4.1 Ein ambitioniertes Vorhaben**

Bei vielen kleinen und mittelständischen Hotelbetrieben im Donaumaum wurde ein hohes Umweltentlastungspotential vermutet. Das Projektteam ging davon aus, dass dieses Potenzial durch einfache Verbesserungsmaßnahmen zu Einsparungen im Energie- und Wasserbereich von mindestens 15 – 20 % führen würde. Als indirekte Wirkungen sollten im Rahmen des Projekts zusätzlich der lokale Anbau von Bioprodukten, der Schutz der Biodiversität und eine

Abschlussbericht

Nachhaltiger grenzüberschreitender Tourismus im Donaumaum:

Nachhaltigkeitsbewertungen und CSR-Aktionen entlang der touristischen Wertschöpfungskette.

umweltgerechtere Wirtschaftsweise im Umgang mit dem Abfall, der Wäscherei, den Reinigungsmitteln und dem Mobilitätsverhalten der Tourismusunternehmen unterstützt werden.

Über ein Informations- und Beratungsprogramm, Wettbewerbe und den TourCert Check sollten Hotels, Incoming-Agenturen, Destinations-Agenturen und Marketing-Organisationen aus dem Donauraum für eine nachhaltigere Wirtschaftsweise motiviert und qualifiziert werden.

Weiterhin sollten lokale Produzenten von Biolebensmitteln mit ausgewählten Hotels in Verbindung gebracht werden und ein Beschaffungsnetzwerk für Hotels aufgebaut werden – in diesem Zusammenhang waren Aktionen rund um die neu eingeführten Bio-Menüs vorgesehen.

Auch die VerbraucherInnen sollten adressiert werden. Das Reiseverhalten und die Auswahl nachhaltigerer Reiseprodukte durch die Reiseveranstalter, touristische Multiplikatoren und die Gäste selbst, sollten die Umweltorientierung und Sozialstandards in den Tourismusbetrieben fördern und zu einem Umdenken motivieren.

Das Projekt legte einen weiteren Schwerpunkt auf die Umweltkommunikation der deutschen Reiseveranstalter, die ihre Gäste für ein nachhaltiges Reise- und Mobilitätsverhalten sowie nachhaltige Reiseprodukte aus dem Donauraum sensibilisieren sollten. Gemeinsam mit neu qualifizierten Leistungsträgern sollten bestehende Produktangebote der Reiseveranstalter überarbeitet und neue nachhaltige Reiseprodukte entwickelt werden. Diese sollten schließlich über eine Broschüre und weitere Vermarktungsaktivitäten in den Quellmärkten verbreitet werden.

Gemäß der im Rahmen der Reiseanalyse 2014 vom Bundesumweltministerium beauftragten Studie "Nachfrage für nachhaltigen Tourismus" sahen die beteiligten Institutionen eine beträchtliche Nachfrage nach umweltfreundlichen und nachhaltigen Urlaubsangeboten. Dem Ergebnis stand ein nicht ausreichendes Angebot und auch zu wenig Informationen gegenüber.

Mit der Bereitstellung eines nachhaltigen Produktangebots und der entsprechenden Qualifizierung der Leistungsträger wurde das Projekt als Chance verstanden, diese Lücke zu schließen und dadurch die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten im Donauraum zu befriedigen.

#### **Nachweise**

- ✓ *Anlage 1: Reiseanalyse 2014 Nachfrage für nachhaltigen Tourismus*
- ✓ *[Link zur Reiseanalyse 2014 und 2019](#)*

## **4.2 Erste Erfahrungen und differenziertere Betrachtung**

Recht schnell nach Bewilligung wurde klar, dass „die Donau“ differenzierter betrachtet werden muss. Sie verbindet als Wasserweg sehr heterogene Kultur- und Wirtschaftsräume und durchfließt dabei zehn Länder – so viele wie kein anderer Fluss auf der Erde.

Im Oberlauf der Donau sind EU-Länder Anrainerstaaten. Die mittlere und untere Donauregion vereint neue EU-Länder wie Bulgarien, Rumänien und Kroatien, Kandidaten wie Serbien und bisher noch wenig mit Europa vernetzte Länder wie die Ukraine und die Republik Moldau. Die Folgen des Kriegs im ehemaligen Jugoslawien und die schwierigen Demokratisierungsprozesse mit vielen politischen Wechseln schwächen bis heute die wirtschaftliche Stabilität der Region. Es wird noch immer gegen hohe Arbeitslosigkeit, besonders unter jungen Menschen, gegen Korruption, ein schwaches Rechtssystem und bürokratische Hürden gekämpft. Tourismuspolitik wird vorwiegend national, nicht regional betrieben. Dazu kommt, dass aktuelle und zeitgemäße (nachhaltige) touristische Masterpläne nicht vorlagen.

Das Nachhaltigkeits- und Umweltbewusstsein der Bevölkerung und auch der Unternehmen war und ist generell noch sehr wenig ausgeprägt. Beispiel: Abfallmanagement. Es ist vor allem in ländlichen Gebieten dieser Länder noch völlig unzulänglich. Die Sammlung wird unzureichend organisiert, die Deponierung geschieht unkontrolliert. Im EU-Vergleich ist der organische Anteil am Restabfall hoch, die Recyclingrate sehr gering. In manchen Regionen werden lediglich 10 Prozent des Abwasservolumens behandelt. In den meisten Gemeinden fehlt eine Kanalisations- und Abwasserbehandlungsinfrastruktur. Bei so einer Ausgangssituation war es sehr schwer, Beherbergungsbetriebe von Nachhaltigkeit zu überzeugen, da vor Ort noch nicht einmal das Abfall- und Abwasserproblem ordentlich gelöst ist.

Die Resonanz der angesprochenen Leistungsträger entlang der Donau in Form von Anmeldungen zur Teilnahme am Projekt war sehr schwach. Darauf reagierte das Projektteam mit einer Veränderung der Strategie bzw. Neustrukturierung einzelner Aktivitäten. Dies vor allem in der zeitlichen Abfolge und im Bereich der Kommunikation. Die Teilnahmegebühren wurden erlassen und zur Bearbeitung der Fragebögen wurde ein persönliches Gespräch angeboten.

### **4.3 Reflexion und erste Anpassungen**

Aus der Diskussion mit touristischen Stakeholdern wurde immer stärker deutlich, dass der gesamten Branche Instrumente und Knowhow zur fundierten Messung und Nachvollziehbarkeit der „Nachhaltigkeitsleistung“ und zur stetigen Verbesserung von internen Prozessen, auch im Rahmen der Produktgestaltung, nach ökologischen und sozialen Kriterien fehlt.

Dieser Feststellung entgegen stand allerdings ein Unverständnis seitens der Unternehmen für die Notwendigkeit, selbst und auf freiwilliger Basis entsprechendes Knowhow aufzubauen, Instrumente einzuführen und den damit verbunden personellen wie auch finanziellen Beitrag zu leisten.

Herausfordernd wurden auch politische Entwicklungen, die zu sehr viel Unsicherheit führten (Wahlen in Bulgarien und Rumänien) Damit gepaart kam ein nicht nachvollziehbares Misstrauen gegenüber internationalen Projekten auf. Die erwartete Unterstützung politischer Instanzen (z.B. Tourismusministerien) blieb aus und konnte auch im weiteren Verlauf des Projektes nicht aufgebaut werden. Es wurde beschlossen, sowohl die Politik als auch die Unternehmen selbst, fortan durch vertrauensbildende Maßnahmen für das Thema zu sensibilisieren (persönliche Gespräche) und erst in einem zweiten Schritt zur Teilnahme an den Projektaktivitäten einzuladen. Anders als ursprünglich geplant - ohne Kosten.

Da der Projektpartner Ecosystem Europe eine kleine Organisation/NGO ist, die im Bereich der Akquise von TeilnehmerInnen zunehmend an ihre organisatorischen und personellen Grenzen stieß, konnte Authentic Bulgaria als Partner für die Akquise von TeilnehmerInnen gewonnen werden. Das gemeinsame Event „Travel Academy“ wurde in Bulgarien / Sofia realisiert. Der neue Akquise-Partner erweist sich als ein außerordentlich guter Netzwerker mit vielen Kontakten. Leider scheiterte die weitere Kooperation nach kurzer Zeit aufgrund von Nichteinhaltung von Absprachen.

Für das Monitoring der Umweltentlastung sollte das bereits existierende und über das Projekt angepasste Tool „TourCert Check“ in Unternehmen eingeführt werden. Die angesprochenen Unternehmen taten sich allerdings schwer, personelle und finanzielle Ressourcen dazu zur Verfügung zu stellen. Auf die Nutzung des Tools wurde im weiteren Projektverlauf nicht bestanden. Ersatzweise sollten mit unterschwelligem Beratungsmaßnahmen vor Ort die Hotels für eine Zusammenarbeit gewonnen und erst in einem zweiten Schritt zur Implementierung des Monitoring-Tools gelenkt werden – freiwillig und kostenfrei.

## **4.4 Stärkerer Fokus auf Kommunikation und neue Kooperationen**

Bei den meisten Projektaktivitäten handelte es sich um prozessorientierte Bausteine, die ganz wesentlich auf Kooperation und Kommunikation angewiesen waren. Dieser prozessorientierte Ansatz stieß an Grenzen, da die Kooperation vor Ort nicht zustande oder ins Stocken kam oder aufgrund personeller Wechsel immer wieder neu aufgebaut werden musste und letztlich unverbindlich blieb. Die Folge waren im besten Fall Verzögerungen; im schlechtesten Fall wurden Absprachen bedeutungslos. Besonders schwierig gestaltete sich die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Vor allem die Sprachbarrieren erschwerten die Kontaktsuche und Kooperation. Durch einen stärkeren Fokus auf Kommunikation und neue Kooperationen sollten persönliche und beständige Beziehungen vor Ort aufgebaut und somit die Hürden zur Teilnahme gesenkt werden.

## **4.5 Plan und Wirklichkeit**

Was in der Theorie der Antragsstellung völlig klar und nachvollziehbar erschien und auch mit sehr viel Enthusiasmus betrieben wurde, erwies sich als nicht bzw. nur bedingt umsetzbar. Zum Zeitpunkt der Antragsstellung im Jahr 2015 und auch in der Rückkoppelung mit Gutachtern und Netzwerkpartnern, wurden falsche Annahmen getroffen bzw. einige Besonderheiten schlichtweg nicht ausreichend betrachtet. So z.B. das sehr junge und fragile politische und wirtschaftliche System in Bulgarien, die erheblichen Sprachbarrieren entlang der Donau und der Stellenwert von Themen wie Umwelt und Soziales innerhalb der Unternehmenswelt der meisten Anrainerstaaten.

Kritisch im Projektverlauf war auch die enorme Diskrepanz zwischen dem artikulierten Bedarf und dem Handeln. Entgegen dem großen Zuspruch und der Zusage von Unterstützung stand ein Unverständnis für die Notwendigkeit den damit verbunden personellen wie auch finanziellen Beitrag zu leisten. Eine Einstellung, die den Erfolg unserer Maßnahmen nahezu unmöglich machte und dazu führte, dass immer wieder Anpassungen vorgenommen werden mussten.

Die folgenden, wesentlichen Problemstellungen wurden im Projektverlauf identifiziert:

- Fehlendes Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit im Allgemeinen;
- andere Prioritätensetzung aufgrund von schwachen personellen und finanziellen Kapazitäten;
- starker Fokus auf Marketing & Vertrieb bzw. Marktzugang;
- schwach aufgestellte Marktteilnehmer, Ansprechpartner stark operativ eingebunden, kaum aus der Ferne greifbar;

- Sprachbarrieren in fast allen Projektländern;
- keine geschulten Ansprechpartner vor Ort, d.h. fehlende Infrastruktur zur Betreuung der Teilnehmer vor Ort;
- kein politischer Support, der für einen echten Wandel notwendig wäre - auch hier ständig wechselnde Ansprechpartner.

## **4.6 Anpassungsantrag und Neuausrichtung**

Mit einem Anpassungskonzept und einem entsprechenden Antrag an die DBU, sollte den o.g. Problemfeldern so weit wie möglich entgegengetreten werden. Um den zeitlichen Rückstand aufzuholen, wurden Aktivitäten zusammengelegt. Zudem wurde eine kostenneutrale Verlängerung der Projektlaufzeit beantragt.

Im weiteren Projektverlauf wurde ein stärkerer Fokus auf den Aufbau lokaler Ansprechpartner und Netzwerke, Optimierung der Kommunikation und Sicherstellung neuer Kooperationen gelegt. All dies mit dem Ziel, persönliche Beziehungen vor Ort und den touristischen Quellmärkten (vor allem Deutschland) aufzubauen. Außerdem sollte das Projekt den Nachhaltigkeitsgedanken stärker mit Vermarktung und Marktzugang in andere Europäische Länder verbinden. Aus der Neukonzeption resultierte eine Anpassung von Quantitäten im Bereich der Projektziele und eine entsprechende Neugestaltung der Einzelaktivitäten (siehe hierzu Kapitel 2. Schlüsselindikatoren).

## **4.7 Vier neue Bausteine**

Das Projektteam konzentrierte sich somit neu auf vier wesentliche Bausteine.

### ***I. Delegationsreisen zum Netzwerkaufbau und Förderung von Partnerschaften zwischen Akteuren entlang der Donau.***

Organisation von zwei Delegationsreisen von Bulgarien nach Deutschland und andersherum. Ziel dieser zwei Reisen war der Austausch unter Entscheidungsträgern des Gastgewerbes und anderer Tourismusunternehmen wie Reiseveranstalter, der Austausch von Best Practices und Erfahrungen in moderierten Gesprächsrunden und der Aufbau eines voneinander lernenden Netzwerks, um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess im Bereich der Nachhaltigkeit (konkret

Umweltentlastung), Servicequalität und Innovation anzustoßen – über die Landesgrenzen hinweg. Dies auch im Sinne der Donaauraum- und Europastrategie.

**II. Erhebung von Nachhaltigkeitsrelevanten Daten, Ermittlung des Status Quo hinsichtlich der Nachhaltigkeitsperformance durch Nutzung des TourCert Selfcheck sowie persönliche Betreuung zur Erarbeitung individueller Verbesserungsmaßnahmen.**

Um den Impact des Projektes und seiner Maßnahmen bewerten zu können, war eine kontinuierliche Datenerhebung und Auswertung von wesentlicher Bedeutung. Hierzu sollte der TourCert Selfcheck eingesetzt werden. Der Selfcheck ist eine onlinebasierte Selbstanalyse, die zahlreiche Nachhaltigkeitskriterien beleuchtet und letztendlich einen Nachhaltigkeitsindex berechnet. Dieser gibt Aufschluss über den Status quo in Sachen Nachhaltigkeit innerhalb des befragten Unternehmens. Das Tool ermöglicht die Identifikation der Stärken und Schwächen sowie die Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen für eine Optimierung der Umweltentlastung bzw. zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance im Allgemeinen.

Während der Delegationsreisen wurde eine Lerneinheit zur korrekten Anwendung des TourCert Selfcheck durchgeführt. Als Folgeaktivität zu den Delegationsreisen wurden die Daten der beteiligten Unternehmen abgefragt. Zur besseren Verständlichkeit wurde der Selfcheck auf Bulgarisch übersetzt. Ergänzend wurde ein Handbuch produziert, in dem das Tool Schritt für Schritt erläutert wird.

**III. Unterstützung in der erstmaligen und kontinuierlichen Datenerfassung; dazu Aufbau und Training von entsprechenden Strukturen in Bulgarien.**

TourCert wollte Studierende und Angestellte der Tourismuswirtschaft als Multiplikatoren schulen. Im Rahmen praktischer Einsätze sollten durch die Teilnehmer kostenfreie Nachhaltigkeitschecks in interessierten Hotels in Bulgarien durchgeführt werden. Angestellte von Hotels sollten den Selfcheck im eigenen Haus einsetzen.

Zusätzlich zur reinen Selbstanalyse mit dem TourCert Selfcheck, sollte ein Ecomapping (Umweltbegehung / Analyse der Entlastungspotenziale im Bereich Wasser, Energie, Abfall, etc.) durchgeführt werden, um direkte Maßnahmen einer Umweltentlastung zu ermitteln und einzuleiten.

#### **IV. Konzeption, Programmierung und Verbreitung einer Plattform für Storytelling im Tourismus.**

Für das Fokusland Bulgarien sollte ein weiteres Alleinstellungsmerkmal / Anreizsystem geschaffen werden. Dabei handelte es sich um eine Plattform für Storytelling und Vertriebsunterstützung. Damit versuchte das Projektteam den Nachhaltigkeitsgedanken stärker mit der Nachfrage nach Vermarktung zu verbinden.

Im Rahmen der Neukonzeption wurde, wie bereits erwähnt, eine kostenneutrale Verlängerung bis einschließlich März 2020 bewilligt. Die Abschlussveranstaltung sollte demnach im März 2020 auf der ITB, der größten B2B Messe im Tourismus, stattfinden.

#### **4.8 Abschließende Neuerung**

Zusätzlich zur Messeteilnahme an der ITB, wurde eine Inforeise auf die CMT Stuttgart (Messe für Caravan, Motor und Touristik) vom 10.01.-13.01.2020 und die vom 16.04.-19.04.2020 stattfindende Messe Fair Handeln Stuttgart (Messe für Fairen Konsum / Fair Trade) beantragt.

Um die Messe Fair Handeln Stuttgart (im April) als offizielle Projektaktivität umzusetzen, wurde eine letztmalige, kostenneutrale Verlängerung der Projektlaufzeit um einen Monat bis Ende April; also bis 30.04.2020 beantragt und genehmigt.

##### **Nachweise**

- ✓ Anlage 2: Messekonzept CMT 2020
- ✓ Anlage 3: Messekonzept ITB 2020
- ✓ Anlage 4: Messekonzept FairHandeln 2020

#### **4.9 Stillstand durch COVID-19 und Projektbeendigung**

Nur wenige Tage vor Messestart und der Abschlussveranstaltung in Berlin, wurde die ITB 2020 aufgrund der globalen Corona Pandemie abgesagt. Dieser Absage folgten weitere Stornierungen und letztlich zog sich das Projektteam (TourCert und Ecosystem Europe) Mitte März in die Selbstisolation zurück. Fortan wurde im Homeoffice gearbeitet und die Einschränkungen und Schutzmaßnahmen in Verbindung mit COVID-19 brachten einige Tage später den globalen Tourismus zum Erliegen. Erst langsam werden die touristischen Betriebe wiedereröffnet, wobei noch

einige Unternehmensarten und Reiseziele keine Geschäftsgrundlage haben. Der Tourismus gehört zu den von der Corona-Krise am härtesten betroffenen Branchen. Viele Unternehmen sehen sich in ihrer Existenz bedroht, dies gilt auch für die Projektpartner Ecosystem Europe und TourCert.

Beim Kampf ums Überleben wird schnell das uneingeschränkte Wirtschaftswachstum als oberste Priorität gesetzt, während umwelt- und sozialpolitische Regularien in den Hintergrund gestellt werden. Dabei ist diese Krise auch eine Chance, um bestehende Wirtschaftsmodelle zu hinterfragen und bestenfalls eine nachhaltige Transformation einzuleiten.

Das Projekt TourCert Danube wird also in unsicheren Zeiten abgeschlossen. Das Projektteam hat über die gesamte Projektlaufzeit versucht die touristische Wertschöpfungskette auf dem Weg zu mehr Umweltentlastung zu begleiten. Es war ein sehr spannendes Projekt, mit vielen Höhen und Tiefen, aber auch mit spannenden Einblicken in eine nach wie vor sehr unterschätzte Region. Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für ihre Unterstützung. Allen voran bei der Deutschen Bundesstiftung Umwelt für die Beratung und Ko-Finanzierung des Vorhabens und somit dem Vertrauen, welches uns entgegengebracht wurde.

## 5. Unterziele und dazugehörige Maßnahmen

Gegenstand des Projektes war es, dass CSR sensibilisierte Tourismusunternehmen und verantwortungsbewusste Reisende eine nachhaltige Tourismusedwicklung und Umweltentlastung entlang der Wertschöpfungskette in Deutschland und in Ländern des Donauraums – mit Schwerpunkt Bulgarien fördern.

Hierzu wurden insgesamt sechs Unterziele mit dazugehörigen Maßnahmen formuliert, auf die im Folgenden eingegangen wird.

### 5.1 Teilnahme und Umweltentlastung

**Unterziel: Mindestens 50 Tourismusunternehmen entlang der Wertschöpfungskette im Donauraum sollten Mindestkriterien erfüllen, ihre Umweltleistung und Ressourceneffizienz um mindestens 20% verbessern und ihre Praxis nachhaltigen Wirtschaftens zur weiteren Verbreitung in der Branche kommunizieren. Zusätzlich sollten mindestens 30 Hotels in Bulgarien mitwirken; fünf davon sollten lokale Bioprodukte in ihren Restaurants einführen.**

Plan	Plan nach Anpassung	Ist
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 50 Unternehmen</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 25 Unternehmen</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 20 Hotelbetriebe</li> <li>▪ Keine Umweltentlastung gemessen, jedoch Erstellung von Verbesserungsprogrammen mit entsprechenden Maßnahmen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 30 Unterkünfte</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> <li>▪ 5 Pilotbetriebe mit Bioprodukten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 30 Unterkünfte</li> <li>▪ Reduktion um 20%</li> <li>▪ 5 Betriebe nehmen Beratung zur Einführung von Bioprodukten in Anspruch</li> <li>▪ 1 Delegationsreise von Bulgarien nach Deutschland</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 40 Hotels in Bulgarien wurden beraten und wenden verschiedene Umweltmaßnahmen an.</li> <li>▪ mehr als 180 Unterkünfte wenden Umweltmaßnahmen an.</li> <li>▪ Keine Umweltentlastung gemessen</li> <li>▪ 5 Hotels bieten saisonale Menüs mit Gemüse und Früchten an, die auf umweltfreundliche Weise produziert werden</li> <li>▪ Durchführung einer 5-tägigen Delegationsreise von Bulgarien nach Deutschland mit 7 Teilnehmer*innen</li> </ul>

*Tabelle 3 Plan-Ist-Vergleich Kennzahlen zur Teilnahme und Umweltentlastung*

Zunächst wurden vorbereitende Recherche- und Analysetätigkeiten zu potentiellen Leistungsträgern im Donauraum vorgenommen. Dies geschah mithilfe von Netzwerkgesprächen mit Schlüsselakteuren im Donauraum. Eine Datenbank potentieller Leistungsträger wurde angelegt. Hierzu wurden Kontakte auf Messen gesammelt und in der Kontaktdatenbank aufgenommen. Zum Start des Projektes wurde ein Mailing erstellt. Es wurde an mehr als 260 Hotels und 32 nationale und regionale Hotelverbände verschickt.

Um anschließend mit den Unternehmen arbeiten zu können, wurden Trainingsmaterialien zur Qualifizierung und Sensibilisierung touristischer Unternehmen durch Analyse und Weiterentwicklung bestehender Materialien von TourCert und Ecosystem Europe entwickelt.

Aufbauend auf das Mailing wurden touristische Leistungsträger direkt (über Telefonate) angesprochen. Informationsveranstaltungen sowie begleitende Pressearbeit und Onlinemarketing wurden durchgeführt.

Die Umsetzung der Qualifizierungsseminare für Tourismusunternehmen und Durchführung des TourCert-Checks erwies sich als schwierig. So bleibt es in Deutschland bei den o.g. Informationsveranstaltungen (TourCert Foren und TourCert ITB). In Bulgarien wurden zahlreiche Seminare angeboten und durchgeführt.

Mit Unterstützung der Stadtverwaltung von Gabrovo wurde z.B. ein Treffen mit 13 Hotels aus der Region Gabrovo organisiert. Mit der Unterstützung von Sofiiska voda, dem Werk, das Wasser und wasserbezogene Dienstleistungen auf dem Gebiet der Hauptstadt Sofia anbietet, wurden die größten Wasserverbraucher unter den Hotels in Sofia ermittelt und individuelle Treffen mit ihnen organisiert.

Zur vorbereitende Recherche und Analyse von Best Practices in der Hotellerie wurde eine Studienreise von Ecosystem Europe nach Deutschland organisiert.

Das Projekt wurde den wichtigsten nationalen und regionalen Hotelverbänden in Bulgarien vorgestellt; zusammen mit TourCert wurde die internationale Tourismusmesse Holiday and SPA Expo in Sofia besucht.

Die Mitgestaltung der Travel Academy war sehr erfolgreich. Knapp 300 TeilnehmerInnen konnten sich über das Projekt informieren. Sowohl TourCert (Keynote zur Eröffnung der Veranstaltung) als auch Ecosystem Europe (Workshop) waren sehr präsent.

Ecosystem Europe nahm an der Nationalversammlung der Umweltexperten aller Gemeinden Bulgariens teil. Während der Veranstaltung präsentierte Ecosystem Europe Möglichkeiten das Management der natürlichen Ressourcen zu verbessern.

Die Durchführung des ursprünglich geplanten Hotelwettbewerbs in Bulgarien wurde verworfen. Stattdessen sollte die Verbreitung der Best Practices, ohne Konkurrenzdenken, fokussiert werden. Zeitliche und finanzielle Ressourcen wurden für die Programmierung einer entsprechenden Präsenz im Internet und Aufbau einer Facebook Gruppe zum Dialog zwischen den Unternehmen eingesetzt. Zu unserer Überraschung wuchs die Facebook-Gruppe sehr schnell und hat derzeit 216 Mitglieder. Die Storytelling-Plattform „Greenhotels“ wurde erfolgreich zur Verbreitung von Best Practices veröffentlicht (<http://www.greenhotels.eu>)

Im Verlauf des Projektes wurde der Aufbau einer biologischen Lieferkette für 5 Pilohtels in Bulgarien vorangetrieben. Dies vor allem, durch persönlichen Dialog und Vernetzung mit und zwischen Unterkünften und Lieferanten, z.B. im Rahmen von Veranstaltungen.

In Arbanassi wurde ein großer Workshop für Hotels und Vertreter der Tourismusbranche organisiert. Mehr als 30 Personen nahmen an der Veranstaltung teil. Während der Veranstaltung wurden Vorträge zu verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit gehalten, darunter neue Technologien im Energiemanagement in Hotels.

Parallel zur direkten Kommunikation der Hotels nahm Ecosystem Europe Kontakt mit der Stadtverwaltung Sofia auf. Die dortige „Tourismusabteilung“ ist für Hotelregistrierungen und die Lizenzen verantwortlich. Als Ergebnis wurde Ecosystem Europe eingeladen, das DBU-Projekt allen zweiundzwanzig Gemeinden des Bezirks Sofia vorzustellen. Bürgermeister und stellvertretende Bürgermeister aller Gemeinden im Bezirk Sofia waren bei dem Treffen anwesend, darunter auch der stellvertretende Bürgermeister der Stadt Sofia.

Ein Workshop für Hotels "Marketing für grüne Hotels" fand in der Galerie Credo Bonum statt. Der Workshop konzentrierte sich vor allem darauf, wie Unterkünfte ihre grüne Politik und Aktivitäten in

den sozialen Medien präsentieren und das CSR Engagement in einen echten wirtschaftlichen Vorteil verwandeln können.

Die Delegationsreise nach Deutschland fand vom 1. bis 5. Juli 2019 statt. Die TeilnehmerInnen waren repräsentativ für fast alle Hoteltypen in Bulgarien, von der großen lokalen Hotelkette "Thrakische Hotels" über das familiengeführte Hotel an der Schwarzmeerküste bis hin zum Verband, der sich mit kleinen Gasthäusern mit Öko-Orientierung beschäftigt. Die Reise war wirklich interessant und die Gruppe wurde von dutzenden von guten Praktiken inspiriert. Die Höhepunkte des Programms waren die beiden Hotels in Freiburg (Hotel Victoria und Green City Hotel Vauban) sowie das Treffen mit dem Besitzer des Seehotel Wiesler.

**Nachweise**

- ✓ *Anlage 5: Studienreise von Ecosystem Europe nach Deutschland – Programm*
- ✓ *Anlage 6: Programm der Delegationsreise nach Deutschland*

## 5.2 Geschäftsanbahnung und Sensibilisierung

**Unterziel: Mindestens 10 Reiseveranstalter und Reisebüros in Deutschland sensibilisieren und motivieren, Reisende für ein nachhaltiges Reiseverhalten zu gewinnen.**

Plan	Plan nach Anpassung	Ist
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 10 Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 10 Unternehmen</li> <li>▪ 1 Delegationsreise von Deutschland nach Bulgarien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 8 Unternehmen mit Letter of Intent</li> <li>▪ Durchführung einer 5tägigen Delegationsreise von Deutschland nach Bulgarien mit 3 Teilnehmer*innen</li> </ul>

*Tabelle 4 Plan-Ist-Vergleich Kennzahlen Geschäftsanbahnung und Sensibilisierung*

Zur Geschäftsanbahnung zwischen teilnehmenden Unternehmen sollten Präsentationen und eine verkaufsfördernde Kommunikation organisiert werden. Da zunächst keine ausreichende Anzahl an Unternehmen zusammenkam, wurden im Rahmen des Anpassungsantrags Delegationsreisen eingeführt. Ziel der Reisen war es, neben dem Aufbau eines Netzwerkes, die Entwicklung neuer, nachhaltiger Reiseprodukte die in einem späteren Schritt zur Ansprache bzw. Sensibilisierung von Reisenden dienen können.

Vom 23. bis 27. September 2019 fand die Delegationsreise nach Bulgarien statt. Auch wenn es nur zwei Teilnehmer von deutscher Seite gab, war es eine nützliche Reise, und es gelang uns, im Rahmen des Programms den Bürgermeister und stellvertretenden Bürgermeister von Gabrovo sowie Vertreter der Umweltabteilung der Gemeinden in Veliko Turnovo zu treffen und für unsere Projektthemen zu sensibilisieren.

Für Reiseveranstalter wurde ein Leitfaden erarbeitet, anhand dessen die neuen Produkte überprüft bzw. entwickelt werden sollten. Dieser Leitfaden fand leider keine Anwendung und so wurde auch die Broschüre nachhaltiger Reiseprodukte im Donauraum nicht angefertigt. Stattdessen wurden die Stationen der Delegationsreise von Deutschland nach Bulgarien als exemplarische Reiseroute ausgearbeitet.

Die Produktion einer Broschüre für Reisende mit Informationen und Bildern zum Donauraum, Storytelling, Porträt der Teilnehmer, Vorstellung von Nachhaltigen Reisebausteinen & Produkten

wurde durch Vorträge an Endkundenorientierten Messen ersetzt. So z.B. mehrfach im Rahmen der Green World Tour Stuttgart und der Messe Photo + Adventure in Wien.

Anstatt einer Checkliste für Reisende zur Bewertung des eigenen Reisetils wurde der Reiserechner von TourCert überarbeitet und den Messebesuchern zur Verfügung gestellt. Mit Hilfe des Rechners konnten die InteressentInnen ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck berechnen und lernen, an welchen Stellen ihrer Reise Emissionen entstehen.

Zur weiteren Verbreitung wurden Postkarten gestaltet, ein Gewinnspiel im Rahmen der ITB organisiert, es wurde eine Projektseite auf der Domain von TourCert programmiert und mehrere Artikel in den Jahresmagazinen von TourCert veröffentlicht.

**Nachweise**

- ✓ *Anlage 7: Letters of Intent der Unternehmen und Organisationen*
- ✓ *Anlage 8: Programm der Delegationsreise nach Bulgarien*

## 5.3 Qualifizierung und Vernetzung

**Unterziel: Eine ‚CSR-Community‘ der beteiligten Tourismusunternehmen dient als Online-Plattform zur Qualifizierung und Vernetzung.**

Plan	Plan nach Anpassung	Ist
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Eine Online-Plattform</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ TourCert Cockpit zur Datenerhebung und Erhalt des Zertifikats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einrichtung eines entsprechenden Bereichs im Cockpit</li> <li>▪ Ausstellung eines Sustainability Commitment</li> </ul>

*Tabelle 5 Plan-Ist-Vergleich Qualifizierung und Vernetzung*

Zunächst sollten auf der Online-Plattform (Weiterentwicklung bestehender TourCert Tools), E-Learnings, Webinaren sowie moderierte Foren zu Nachhaltigkeitsthemen und Good-Practices angeboten werden.

Das Angebot von Foren auf einer eigenen Plattform wurde nicht weiterverfolgt und stattdessen auf dem Sozialen Netzwerk Facebook abgebildet. Innerhalb des TourCert Cockpit (ein Tool von TourCert) wurde ein gesonderter Bereich zur Nutzung durch die Unternehmen aus dem Donauraum eingerichtet. Nach erfolgreicher Anmeldung wurde dort das E-Learning „Sustainable Danube“ sowie ein Selfcheck zur Ermittlung des Status quo in Sachen Nachhaltigkeit angeboten. Der in Excel programmierte Selfcheck ermittelt auf eine einfache Art und Weise die Handlungsfelder für Unternehmen im Tourismus und leitet automatisch ein dazu passendes Verbesserungsprogramm ab. Ein Angebot, dass leider nicht genutzt wurde.

### **Nachweise**

- ✓ *Demo TourCert Cockpit:*  
 Link: <https://avanti-cockpit.com/>  
 Nutzernamen: demo@danube.com  
 Passwort: zTn2zg1W
- ✓ *Anlage 9: Handbuch*
- ✓ [Link zum E-Learning Sustainable Traveller](#)
- ✓ *Anlage 10: TourCert Selfcheck*
- ✓ *Anlage 11: Sustainability Commitment*

## 5.3 Verbreitung von Best Practices

**Unterziel: Die CSR Good Practices sind in den Ländern des Donaumaums verbreitet**

Plan	Plan nach Anpassung	Ist
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mehrere Good Practices</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Best Practice und Storytelling Plattform</li> <li>▪ Facebook Gruppe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fertigstellung der Plattform</li> <li>▪ Schaffung und Moderation einer Facebook Gruppe mit 214 Mitgliedern und zahlreichen Best Practice Beiträgen</li> </ul>

*Tabelle 6 Plan-Ist-Vergleich Verbreitung von Best Practices*

Neben der Bloggerreise nach Bulgarien, sollte auch eine Presse-Reise in die Donauregion für Journalisten, Multiplikatoren und Verbände organisiert werden und in einer abschließenden internationalen Konferenz mit Teilnahme verschiedener Stakeholder (Teilnehmende der Presse-Reise, Projektpartner und DBU, Unternehmen, Politik, Netzwerke, etc.) münden.

Im Rahmen des Anpassungsantrags, und durch das offizielle Projektende im März 2020, wurde die Abschlussveranstaltung im Rahmen der ITB 2020 in Berlin vorgesehen. Die Presse-Reise fand nicht statt.

Im Sinne der Verbreitung der Good Practices konnte allerdings die Green Hotel Gruppe auf Facebook genutzt werden – eine selbstorganisierte Community mit derzeit 216 Mitgliedern.

*Nachweise*

- ✓ [Link zur Best Practice und Storytelling Plattform](#)
- ✓ [Link zur Facebook Gruppe](#)

## 6. Umweltentlastung

Das Projektteam sah eine strenge Messung der Umweltauswirkungen der Projektaktivitäten während seiner Durchführung vor. Es war geplant, dass jedes der teilnehmenden Hotels dem Projektteam monatlich Informationen über den Wasser- und Energieverbrauch sowie über die

Anzahl der Übernachtungen der Gäste zur Verfügung stellte. Wir gingen davon aus, dass diese Basiszahlen verfügbar sind und bereits von der Hotelleitung erhoben wurden.

Leider erwies sich das Sammeln dieser Informationen für das Projektteam aus den folgenden Gründen als äußerst schwierig:

- Die Mehrheit der Hotels sammelt keine Informationen über den Wasser- und Energieverbrauch, zum Beispiel hatte keines der von uns besuchten Hotels Informationen über den Verbrauch pro Gast. Im Rahmen unserer Maßnahme zur Wasser- und Energieüberwachung haben wir den Hotels gezeigt, wie sie ihren Verbrauch pro Gast berechnen können. Aber selbst dann übermittelten nur wenige Hotels ihre Daten;
- Einige der Hotels wollten keine Informationen über die tatsächlichen Übernachtungen weitergeben, da sie der Regierung nicht alle Übernachtungen meldeten;
- Am Ende war es aufgrund der Komplexität des Themas recht schwierig, die tatsächlichen Einsparungen der Hotels durch die Umsetzung der Umweltmaßnahmen zu berechnen. Denn jeder Wasser- und Energieverbrauch wurde durch verschiedene andere Faktoren beeinflusst, wie z.B. die Außentemperatur, das Verhalten der Gäste, oder neue Einrichtungen der Hotels (wie neue Sauna, Schwimmbad usw.)

### **Potentiale der indirekten Umweltwirkungen:**

Ergänzend zu den direkten Umweltwirkungen haben gerade im Tourismus die indirekten Wirkungen ein sehr hohes Multiplikator-Potential bei Mitarbeitenden, Partnerbetrieben und Gästen.

Aus diesem Grunde wurde im Projekt neben der Verbesserung der direkten Umweltwirkung des einzelnen Unternehmens ein Schwerpunkt auf die Kommunikation der Reiseunternehmen mit den Reisenden gelegt und der Sensibilisierung zum Thema z.B. über Kompensationen sowie der Motivation zu umweltfreundlicheren Reisetilen.

Weiterhin können aufgrund der Restriktionen in Verbindung mit der globalen Covid-19 Pandemie veränderte Geschäftsmodelle und ein Umdenken in der Produktentwicklung ausgelöst werden. Reisen in den Donaauraum haben ein hohes Potential für positive Umweltwirkungen, da sie nicht notwendigerweise über Flugzeuge stattfinden müssen, der Radreise-Urlaub und andere umweltfreundliche Reisealternativen besonders in den Mittelpunkt gestellt werden können und langfristig der Donaauraum auch als mögliche Reisealternative für Ferndestinationen dienen kann.

*Nachweise*

✓ *Anlage 12: Hotels in Bulgaria visited and trained by the project TourCert Danube*

## **7. Fazit**

Das Projekt „Nachhaltiger grenzüberschreitender Tourismus im Donauraum: Nachhaltigkeitsbewertungen und CSR-Aktionen entlang der touristischen Wertschöpfungskette“ kurz „TourCert Danube“ wurde zum 30.04.2020 abgeschlossen. Das ursprüngliche Projektdesign war nicht durchzusetzen. Die folgenden, wesentlichen Herausforderungen wurden im Projektverlauf identifiziert und erforderten eine kontinuierliche Anpassung der Herangehensweise und auch der Projektziele:

- Fehlendes Verständnis für das Thema Nachhaltigkeit im Allgemeinen;
- andere Prioritätensetzung aufgrund von schwachen personellen und finanziellen Kapazitäten;
- starker Fokus auf Marketing & Vertrieb bzw. Marktzugang;
- schwach aufgestellte Marktteilnehmer, Ansprechpartner stark operativ eingebunden, kaum aus der Ferne greifbar;
- Sprachbarrieren in fast allen Projektländern;
- keine geschulten Ansprechpartner vor Ort, d.h. fehlende Infrastruktur zur Betreuung der Teilnehmer vor Ort;
- kein politischer Support, der für einen echten Wandel notwendig wäre - auch hier ständig wechselnde Ansprechpartner.

Trotz aller Schwierigkeiten und der Abweichungen vom ursprünglichen Arbeits- und Ablaufplan, konnten zahlreiche Tourismusunternehmen und verantwortungsbewusste Reisende für eine nachhaltige Tourismusentwicklung und Umweltentlastung sensibilisiert werden. Eine Messung der Umweltentlastung und die dafür benötigte Datenerhebung und Auswertung wurde entgegen unserer Erwartungen nicht akzeptiert und aus verschiedenen Gründen abgelehnt. Das Projekt wurde auf zahlreichen Veranstaltungen positioniert – damit kamen sowohl das Projektvorhaben, die darin behandelten Themen sowie die beteiligten Institutionen in eine sehr gute Sichtbarkeit.

Für zukünftige Projekte im Donauraum bzw. in Bulgarien bedarf es einer anderen Herangehensweise.

Auffällig war die enorme Diskrepanz zwischen dem artikulierten Bedarf und dem Handeln. Entgegen dem großen Zuspruch und der Zusage von Unterstützung stand ein Unverständnis für die Notwendigkeit den damit verbunden personellen wie auch finanziellen Beitrag zu leisten. Eine Einstellung, die den Erfolg unserer Maßnahmen nahezu unmöglich machte und dazu führte, dass immer wieder Anpassungen vorgenommen werden mussten. Zukünftige Projekte sollten von Anfang an (sofern lokale Unternehmen miteinbezogen werden sollen) den Arbeitsaufwand und die finanzielle Teilhabe benennen. Die im Projekt aufgestellten Thesen bzw. der vermutete Bedarf sollte in Form einer Machbarkeitsstudie bestätigt werden. So könnte sichergestellt werden, dass die vom Projektteam definierten Problemstellungen auch für die Zielgruppe so gelten. Eine noch stärkere Rolle und Verantwortung der lokalen Projektpartner würde zusätzlich zu einer realistischeren Bewertung der Chancen und Risiken führen.

Herausfordernd wurden für den gewählten Ansatz auch politische Entwicklungen, die zu sehr viel Unsicherheit führten. Damit gepaart kam ein nicht nachvollziehbares Misstrauen gegenüber internationalen Projekten auf. Die erwartete Unterstützung politischer Instanzen (z.B. Tourismusministerien) blieb aus und konnte auch im weiten Verlauf des Projektes nicht aufgebaut werden. Zukünftige Projekte sollten sich nicht auf den Support politischer Instanzen, unserer Meinung nach sogar eher meiden. Aufwendiger, aber erfolgsversprechender, ist es vermutlich von Anfang an den direkten Kontakt zu TeilnehmerInnen (z.B. über Unternehmensverbände oder sonstige Kooperationsstrukturen) zu suchen. Hierzu muss mehr Zeit und Projektbudget eingeplant werden. Für TourCert Danube waren vor allem Messen und Workshops effektiv.

Bei den meisten Projektaktivitäten handelte es sich um prozessorientierte Bausteine, die ganz wesentlich auf Kooperation und Kommunikation angewiesen waren. Dieser prozessorientierte Ansatz stieß an Grenzen, da die Kooperation vor Ort nicht zustande oder ins Stocken kam oder aufgrund personeller Wechsel immer wieder neu aufgebaut werden musste und letztlich unverbindlich blieb. In diesem Zusammenhang wäre es wichtig, dass teilnehmende Unternehmen zu einem hohen Grad von extern betreut werden und dass notwendige Arbeitsleistung (z.B. Datenerhebung) durch bezahltes Personal im Projekt erbracht wird. Natürlich sollte im Sinne der Befähigung nicht die gesamte Operative des Projektes übernommen werden, allerdings könnte so, vor allem zum Anfang, die Eintritts- bzw. Teilnahmehürde so sehr niedrig gehalten werden.

Besonders schwierig gestaltete sich die grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Vor allem die Sprachbarrieren erschwerten die Kontaktsuche und Kooperation. Für transnationale Projekte sollte es verpflichtend sein, für jedes Land einen lokalen Projektpartner vorzuweisen. So werden die Sprachbarrieren, aber auch soziokulturellen und politischen Unterschiede und Besonderheiten realistisch eingeschätzt.

Das Nachhaltigkeits- und Umweltbewusstsein der Bevölkerung und auch der Unternehmen ist generell noch sehr wenig ausgeprägt. Bei so einer Ausgangssituation wird es sehr schwer, Tourismusbetriebe von Nachhaltigkeit zu überzeugen. In der aktuellen Krisenzeit und in den dann folgenden Jahren des Wiederaufbaus und der Stabilisierung der touristischen Aktivitäten wird vermutlich auch im Donauraum das uneingeschränkte Wirtschaftswachstum als oberste Priorität gesetzt, während umwelt- und sozialpolitische Regularien in den Hintergrund gestellt werden.

Tourismusverantwortliche, Projektträger und Förderinstitutionen sollten die Krise als eine Chance verstehen, um bestehende Wirtschaftsmodelle zu hinterfragen und bestenfalls eine nachhaltige Transformation einzuleiten.