

Nachhaltigkeitsbericht 2019/2020

Tourismus Zentrale Saarland GmbH



Impressum

Tourismus Zentrale Saarland GmbH

Trierer Str. 10

66111 Saarbrücken

Tel.: +49 (0)681 927 20 0

E-Mail: info@tz-s.de

www: www.urlaub.saarland

Nachhaltigkeits-Beauftragte*r: Sabrina Deutsch

Tel.: +49 (0)681 927 20 24

E-Mail: deutsch@tz-s.de

Jahr der Datenerfassung ist 2021

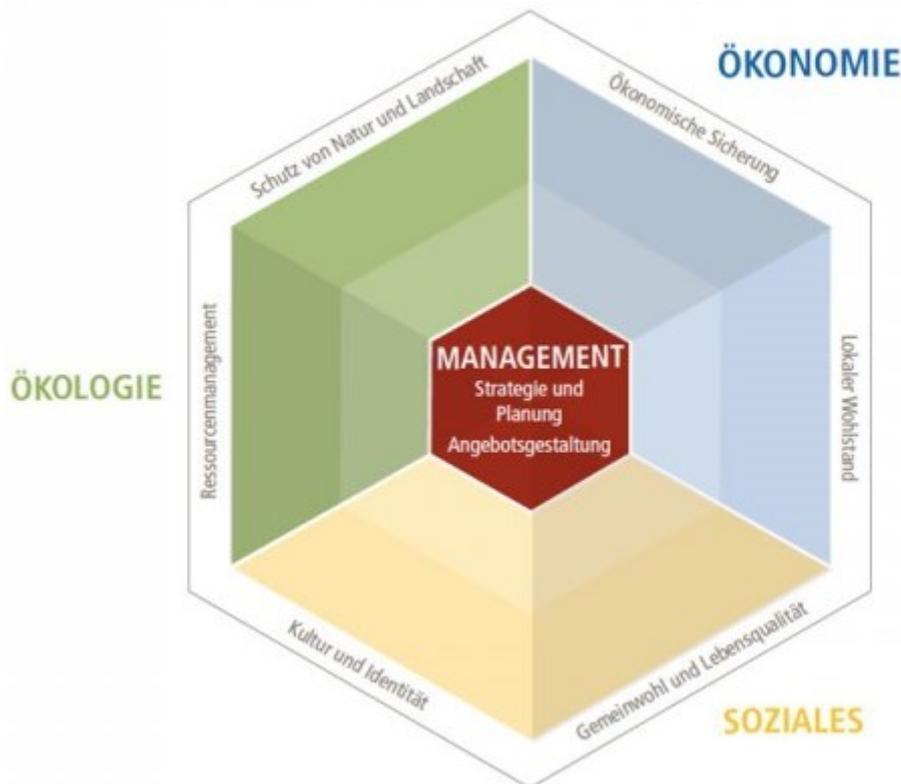
für die letzten beiden abgeschlossenen Geschäftsjahre



Inhaltsverzeichnis	
1. Management: Strategie und Planung	5
1.1 Politische Entscheidung	5
1.2 Tourismusstrategie	6
1.3 Nachhaltigkeitsrat	8
1.4	8
Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur	8
1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug	10
1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte*r	10
1.7 Partnerbetriebe	10
1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen	11
1.9 Nachhaltigkeitskommunikation	11
1.10 Rechtskonformität	15
1.11 Verbesserungsmanagement	15
2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung	18
2.1 Gästezufriedenheit	18
2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation	18
2.4 Barrierefreiheit	21
2.5 Nachhaltige Produktbausteine	22
3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung	23
3.1 Wirtschaftliche Stabilität	23
3.2 Saisonalität	24
3.3 Zufriedenheit mit der DMO	25
4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand	26
4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe	26
4.2 Öko-faire Beschaffung	27
4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung	28
5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft	29
5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt	29
5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren	30
5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt	31
5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild	32
5.5 Regional abgestimmte Besucher*innen-Lenkung	33
5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen	33
6. Umwelt: Ressourcenmanagement	33
6.1 Handlungsfelder des Klimawandels	33



6.2 Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte.....	34
6.3 Umweltschonende An- und Abreise.....	35
6.4 Umweltverträgliche Mobilität vor Ort.....	35
6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben.....	36
6.6 Wasserverbrauch und Abfallaufkommen.....	37
6.7 Lärm, Luft- und Wasserqualität.....	37
6.8 Energieeffizienz.....	38
6.9 Wasser.....	38
6.10 Abfall.....	40
6.11 Papier.....	40
6.12 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten.....	41
7. Soziales: Kultur und Identität.....	41
7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern.....	41
7.2 Kulturelle Identität.....	42
8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität.....	44
8.1 Menschenrechte.....	44
8.2 Risikomanagement.....	44
8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen.....	45
8.4 Zufriedenheit der Lokalbevölkerung.....	45
8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement.....	46
8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO.....	46
8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO.....	47
8.8 Toleranz und Inklusion.....	48
8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit.....	48



1. Management: Strategie und Planung

1.1 Politische Entscheidung

Es besteht ein Beschluss von den zuständigen politischen Instanzen zur Umsetzung des Nachhaltigkeitsprozesses.

Im Saarland existiert eine landesweite Nachhaltigkeitsstrategie, die im Jahr 2016 vom Ministerium für Umwelt- und Verbraucherschutz verabschiedet und am 18. Januar 2017 als Regierungserklärung dem Landtag vorgestellt wurde. Sie trägt den Titel „Gemeinsam Verantwortung tragen – für heute und morgen“ und ist als Weiterentwicklung der 2003 verabschiedeten „Saarland Agenda 21“ zu sehen. Sie integriert die Ziele der Agenda 2030, die Sustainable Development Goals (SDG's). Die landesweite Nachhaltigkeitsstrategie benennt konkrete Handlungsfelder und Ziele. In Handlungsfeld fünf „Erhalt und Stärkung des Wirtschafts- und Industriestandortes – die Basis für ein zukunftsfähiges Saarland“ sind unter anderem Ziele für den Tourismus definiert: Zum einen die „Diversifizierung durch Ausbau der Kreativwirtschaft und der Tourismusindustrie sowie eine Start-up-Offensive“, zum anderen die vier festgelegten Ziele der Tourismuskonzeption Saarland 2025. Zudem wird Nachhaltigkeit im Koalitionsvertrag für die 16. Legislaturperiode des saarländischen Landtags (2017-2022) als eines der Leitmotive genannt, an welchen sich die Politik der Landesregierung ausrichten möchte. Derzeit wird diese Nachhaltigkeitsstrategie in einem partizipativen Prozess fortgeschrieben. Die Tourismus Zentrale Saarland GmbH (TZS) ist über die Geschäftsführung Birgit Grauvogel im Expertengremium vertreten. Zwei touristische Projekte wurden als Leuchtturmprojekte definiert und werden im Fortschreibungsbericht benannt.



Die Strategie kann im Internet eingesehen werden: https://www.saarland.de/muv/DE/portale/nachhaltigkeit/serie/publikationen/pub_nachhaltigkeitsstrategie_muv.html

Ebenso die Dokumentation des Fortschreibungsprozesses:

https://www.saarland.de/muv/DE/portale/nachhaltigkeit/informationen/nachhaltigkeitsstrategie/fortschreibung/nachhaltigkeitsstrategie/beteiligung/beteiligung_node.html

Neben der landesweiten Strategie gibt es in den vier, bald fünf saarländischen LEADER-Regionen regionale Entwicklungskonzepte. Ebenso haben die drei Nationalen Naturlandschaften im Saarland die Nachhaltigkeit als Grundaufgabe in den entsprechenden Satzungen fest verankert. Auch auf lokaler Ebene haben sich die saarländischen Gemeinden durch entsprechende Ratsbeschlüsse zur Erarbeitung und Unterstützung einer Lokalen Agenda 21 verpflichtet. Das Projekt „Global nachhaltige Kommune“ des saarländischen Umweltministeriums begleitet und unterstützt saarländische Kommunen auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit. Konkret werden im Rahmen des Projektes „Global Nachhaltige Kommunen im Saarland“ in 13 saarländischen Kommunen (Saarbrücken, St. Ingbert, St. Wendel, Eppelborn, Wadern, Ottweiler, Tholey, Überherrn, Nohfelden, Wallerfangen, Nalbach, Saarpfalz-Kreis, Landkreis Neunkirchen) über einen Zeitraum von zwei Jahren kommunale Nachhaltigkeitsprojekte identifiziert und der Nord-Süd-Dialog (zwischen saarländischen Kommunen und Kommunen aus dem „globalen Süden“) auf- oder ausgebaut. Darüber hinaus haben die Kommunen durch die Teilnahme an dem Projekt die Gelegenheit, innovative Nachhaltigkeitsansätze kennenzulernen und sich mit anderen Kommunen auszutauschen.

Es gibt weitere politische Rahmenbedingungen für die nachhaltige Entwicklung des Saarlandes, z.B. den Verkehrsentwicklungsplan, die saarländische Biodiversitätsstrategie oder die Schutzgebietsverordnungen.

Die politische Legitimation des Nachhaltigkeitsprozesses der TZS ergibt sich insbesondere aus der Tourismuskonzeption Saarland 2025, die unter Federführung des zuständigen Wirtschaftsministeriums in einem partizipativen Prozess mit touristischen Akteuren und relevanten Stakeholdern erarbeitet wurde (vgl. dazu 1.2 Tourismusstrategie). Die TZS bindet die touristischen Akteure und die Gebietskörperschaften in ihren Nachhaltigkeitsprozess ein. Die Tourismusorganisationen aller Landkreise haben den *TourCert Qualified* absolviert und führen diesen fort. Sie erhalten über die vierteljährlich stattfindenden Regionalausschusssitzungen der TZS Informationen zum Thema „Nachhaltigkeit“. Ebenso wurden die Mitglieder des Aufsichtsrates der TZS (Vertreter des Landes und Landräte der saarländischen Landkreise) über den Prozess informiert. Sie alle haben sich zum Nachhaltigkeitsprozess der TZS bekannt. Darüber hinaus findet ein kontinuierlicher themenbezogener Dialog in den landesweiten Projektkreisen, insbesondere im Projektkreis Naturtourismus, statt.

Auf Initiative der TZS hin wurden die Themen „Nachhaltigkeit“ und „Barrierefreiheit“ erstmals als Grundvoraussetzung für die Tourismusförderung im Rahmen des sogenannten „Sonderkonjunkturprogramms für das Gastgewerbe“ verankert. Gefördert werden nur Investitionen, die in ihrer Gesamtheit der Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit oder Digitalisierung dienen oder Modernisierungs- und Erweiterungsinvestitionen, bei welchen mindestens 30% der Gesamtkosten in die genannten Bereiche fließen müssen. Alle Betriebe, die die Förderung zur Investition in „Nachhaltigkeit“ oder „Barrierefreiheit“ nutzen, müssen an einer Erstberatung durch die TZS teilnehmen und innerhalb eines Jahres *TourCert Qualified* oder die Zertifizierung *Reisen für Alle* nachweisen. Bis Dezember 2021 wurden 67 Betriebe zur Nachhaltigkeit und 40 Betriebe zur Barrierefreiheit beraten.

1.2 Tourismusstrategie

Für die Destination gibt es ein Tourismusedwicklungskonzept (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.

Im Jahr 2015 wurde die Tourismusstrategie für das Saarland unter Einbindung der touristischen Leistungsträger, der örtlichen und regionalen Tourismusverantwortlichen, der politischen Entscheidungsträger, einiger Wirtschaftspartner sowie Umwelt-, Kultur- und Sozialverbände fortgeschrieben und weiterentwickelt. Ergebnis ist die

Tourismuskonzeption Saarland 2025 mit dem Titel "Wir schaffen Werte durch Wachstum und Qualität". Die Chancen und Risiken des Tourismus in der Region wurden durch das beauftragte Institut dwif Consulting GmbH im Rahmen des Strategieprozesses über Erkenntnisse aus dem *Sparkassen Tourismusbarometer*, der permanenten Gästebefragung, dem *Destination Monitor*, branchenspezifischer Literatur und einer Befragung der Tourismusakteure und Stakeholder erfasst und entsprechende Konsequenzen in der Tourismuskonzeption verankert. Download Tourismuskonzeption Saarland 2025 z. B. unter: <https://www.saarland.de/mwaev/DE/portale/wirtschaft/tourismus/tourismuskonzeption2025.html>

Die Umsetzung der Strategie wird von der TZS als Landesmarketingorganisation (LMO) zusammen mit dem MWAEV koordiniert. Dazu wurde im April 2018 eine Umsetzungsmanagerin bei der TZS angestellt. Sie evaluiert, steuert und koordiniert die Aktivitäten der beteiligten Akteure und stellt die Strategiekonformität sicher. Darüber hinaus ist das Umsetzungsmanagement mit dem Controlling und der Evaluierung der Maßnahmen und Umsetzungsprojekte betraut. Als weiteres Gremium wurde ein Steuerungskreis implementiert. Zur Halbzeit der Tourismuskonzeption wurde ein Zwischenbericht als Status-quo-Analyse erstellt und Handlungsbedarfen zur Erreichung der gesetzten Ziele abgeleitet.

Drei Aspekte stehen laut Tourismuskonzeption im Mittelpunkt der strategischen Ausrichtung des Saarlandes bis 2025: Wachstum, nachhaltige Wertschöpfung und Qualität. Im Gegensatz zu den Jahren zuvor sollen nicht mehr reine nachfrage- und wirtschaftsbezogene Kennzahlen als Erfolgsfaktoren herangezogen werden. Vielmehr geht es um eine Entwicklung, bei der nachhaltige und qualitätsorientierte Investitionen im Vordergrund stehen: „Nachhaltigkeit ist ein zentrales Grundprinzip der Tourismusentwicklung im Saarland, sowohl im Hinblick auf die ökonomische als auch auf die ökologische und soziale Nachhaltigkeit. Das Zielsystem der Tourismuskonzeption ist bewusst in allen Säulen der nachhaltigen Entwicklung angesiedelt, um eine ganzheitliche nachhaltige Tourismusentwicklung im Saarland voranzutreiben. Es umfasst Imageaspekte, die dem gesamten Land zugutekommen, ökonomische Aspekte, die in erster Linie auf wirtschaftliche Rentabilität abzielen und ökologische Aspekte, die den Schutz der natürlichen Ressourcen berücksichtigen:

Ökonomie:

- Der Saarland-Tourismus wächst nachhaltig! Das Übernachtungsvolumen im Saarland steigt kontinuierlich um 1,2 % pro Jahr auf insgesamt 3,3 Millionen Übernachtungen.
- Der Tourismus stärkt die Wirtschaftskraft im Saarland: Der Einkommensbeitrag, der aus dem Tourismus im Saarland generiert wird, steigt auf über 700 Millionen Euro.

Ökologie:

- Der Saarland-Tourismus ist umweltfreundlich: Die Gäste finden mindestens 50 zertifizierte umweltfreundliche Tourismusbetriebe im Saarland.

Soziales:

- Tourismus heißt Lebensqualität: Ein überwiegender Teil der saarländischen Bevölkerung ist mit dem Freizeitangebot im Saarland zufrieden.“

Das Thema „Nachhaltigkeit“ ist zusätzlich explizit im Handlungsfeld „Naturtourismus/Outdoor/Adventure“ als Aufgabe definiert. Dazu zählt die Stärkung des Nachhaltigkeitsgedankens bei den Gästen, aber auch bei den Tourismusakteuren entlang der touristischen Dienstleistungskette. Die regionalen Tourismusstrategien wurden jeweils in Anlehnung an die landesweite Tourismuskonzeption fortgeschrieben, sodass auch dort Nachhaltigkeit und Qualität als oberste Prämissen verankert sind.

Ausgehend von der Tourismuskonzeption erarbeitet die TZS jährlich ein Marketingkonzept. Ende 2018 erfolgte eine Neu-Ausrichtung des Marketings hin zu einer wertebasierten Kommunikation und zu neuen, vom SINUS-Institut auf Basis ihrer Werte- und Verhaltensorientierung festgelegten Zielgruppen *Explorers*, *Nature-loving Actives* und *Short-Breakers*.

1.3 Nachhaltigkeitsrat

*Das Thema Nachhaltigkeit ist in bestehenden Gremien in der Destination institutionalisiert oder die Destination hat einen Nachhaltigkeitsrat etabliert, der sich aus Vertreter*innen verschiedener Interessensgruppen zusammensetzt, die Dimensionen der Nachhaltigkeit berücksichtigt und die nachhaltige Entwicklung der Destination fördert.*

Die TZS hat im Rahmen der Erstzertifizierung einen Nachhaltigkeitsrat einberufen. Er fungiert seitdem als strategisches Expertengremium und setzt sich aus Vertretern der folgenden Institutionen zusammen:

- Biosphärenzweckverband Bliesgau
- BUND Saarland e.V.
- DEHOGA Saarland Hotel und Gaststättenverband e.V.
- Ecotrans e.V.
- Institut für angewandtes Stoffstrommanagement (IfaS)
- Institut für Zukunftsenergie und Stoffstrommanagement (IZES) gGmbH
- Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
- Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr
- Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald
- NABU Landesverband Saarland e.V.

Der Nachhaltigkeitsrat unterstützt die TZS beratend bei der Destinationszertifizierung. Gleichzeitig sorgt er für die kontinuierliche und konsistente Umsetzung des Nachhaltigkeitsprozesses. Auf den jährlich stattfindenden Sitzungen werden Verbesserungsmaßnahmen besprochen.

Darüber hinaus wurde das Thema „Nachhaltigkeit“ in bestehende Gremien, z.B. in den Projektkreis Naturtourismus, eingebunden. Dort entwickeln Wirtschafts- und Umweltministerium, der Naturschutzbund (NABU) Landesverband Saarland e.V., der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) Landesverband Saarland e.V. sowie die Verwaltungen der Großschutzgebiete und die Tourismusorganisationen der Landkreise das Thema „Nachhaltigkeit“ kontinuierlich weiter.

Wie bereits in Kapitel 1.1 Politische Entscheidung beschrieben, ist die TZS im Expert*innenteam des Umweltministeriums vertreten und kann dort die strategische Ausrichtung des Saarlandes mitbestimmen sowie die Belange des Tourismus einbringen.

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.

Die TZS wurde 1997 mit dem Land Saarland als Hauptgesellschafter gegründet. Zu den weiteren Gesellschaftern gehören der Regionalverband Saarbrücken, die Landkreise des Saarlandes, das Congress-Centrum Saar GmbH, die IHK Saarland, der ADAC Saarland e.V. und die Flug-Hafen-Saarland GmbH. Der Aufsichtsrat besteht aus elf Mitgliedern. Die Gemeinden sind über die Landkreise organisatorisch vertreten. Als weiteres Gremium wurde ein Regionalausschuss, der sich aus den touristischen Vertretern der Gesellschafter rekrutiert, gebildet. Viermal im Jahr trifft sich der Regionalausschuss, um sich über anstehende Projekte und Themen auszutauschen. Darüber hinaus findet ein weiterer Dialog in den fachlichen Projektkreisen statt.

Die originären Aufgaben der TZS sind im Gesellschaftervertrag definiert:

- Steigerung des Bekanntheitsgrades und Herausstellung der Vorzüge des Saarlandes als attraktives Reiseziel,
- Förderung des Tourismus, touristischer Produkte und Dienstleistungen für das Saarland,
- Gestaltung von Rahmenbedingungen und Koordination touristischer Produkte und Dienstleistungen,
- Pressearbeit und Kommunikation,
- Vernetzung und Bündelung von Kräften aller im Tourismus Tätigen (Synergienbildung),

- Vertrieb von Reiseangeboten für Individual- und Gruppengäste,
- Verkauf von eigenen Pauschalreisen und Angeboten.

Die TZS berät Institutionen und Organisationen als Kompetenzzentrum für den saarländischen Tourismus. Das reine Landesmarketing ist um eine Vielzahl von Aufgaben angewachsen. Die TZS ist zu einer Destinationsmanagementorganisation (DMO) geworden, die den Saarland-Tourismus strategisch und zielgerichtet vorantreibt. So erarbeitet sie auch Konzepte und Vorschläge für verschiedene Partner, sei es in der Kommunalpolitik oder auf betrieblicher Ebene. Sie versteht sich als Schnittstelle zu regionalen Entwicklungskonzepten. Zu einer tragfähigen Destinationsmanagementstruktur gehört auch eine klar definierte Organisationsstruktur und Aufgabenteilung. Diese ist in der Tourismuskonzeption 2025 beschrieben, um vorhandene Kompetenzen und Netzwerke optimal zu nutzen:



Quelle: dwif 2015

Die Finanzierung der TZS ist durch eine fünfjährige Finanzplanung mehr als drei Jahre im Voraus gesichert.

	Einheit	Erstzertifizierung	2019	2020
Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität haben	%	30,77	21,15 %	19,23 %
Anteil (%) der Kommunen in der Tourismusdestination, die in der DMO organisatorisch vertreten sind	%	100 %	100 %	100 %



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.

Im Dezember 2017 erstellte die TZS mit allen Mitarbeitern im Rahmen eines zweitägigen Workshops ein neues Unternehmensleitbild. Das Leitbild kann auf der Internetseite der TZS unter <https://www.urlaub.saarland/ueberuns/Leitbild-Tourismus-Zentrale-Saarland> eingesehen werden. Im Gegensatz zum vorherigen Leitbild wird nun, sowohl die Destination Saarland als auch die TZS betreffend, auf alle Bereiche der Nachhaltigkeit Bezug genommen. Als Zukunftsvision wurde folgender Leitspruch im Team verabschiedet: „Das Saarland als Vorreiter für nachhaltigen Tourismus“. Das Leitbild wurde im Jahr 2021 erneut auf den Prüfstand gestellt und durch breite Zustimmung in seiner Gültigkeit bestätigt.

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.*

Die TZS hat mit Sabrina Deutsch eine Nachhaltigkeitsbeauftragte benannt und sie mit ausreichenden Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet, um den Nachhaltigkeitsprozess zu steuern. Sie wird vom Nachhaltigkeitsteam unterstützt. Diesem gehören an:

- Birgit Grauvogel, Geschäftsführerin der TZS
- Teresa Thome, Umsetzungsmanagerin der TZS
- Christina Moon, Themenmanagement Qualität

Die Nachhaltigkeitsaufgaben sind somit über das Nachhaltigkeitsteam auf verschiedenen Ebenen verankert. Darüber hinaus werden alle Mitarbeiter gemäß ihrer jeweiligen Aufgabenbereiche in den Nachhaltigkeitsprozess eingebunden. Im Rahmen des Rezertifizierungsprozesses wurde eine Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsteams beschlossen, um zukünftig noch stärker die Funktion eines Think Thanks abdecken zu können.

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.

Nachhaltigkeitsaktivitäten von Leistungsträgern werden von den Tourismusverantwortlichen aktiv unterstützt; es werden Hilfestellungen zu einer nachhaltigen Ausrichtung der Unternehmen gegeben.

Die TZS hat im Rahmen der Erstzertifizierung als nachhaltiges Reiseziel ein Partnernetzwerk ins Leben gerufen, das seither von 39 auf 66 Betriebe (Stand Dez. 2021) angewachsen ist, darunter

- 25 Unterkunftsbetriebe
- 7 Freizeitbetriebe und Bildungspartner
- 9 Gastronomiebetriebe
- 9 Tourist-Informationen
- 9 regionale Produzenten
- 7 Gästeführer

Dadurch erhöht sich auch der Anteil anerkannter Partnerbetriebe um drei Prozentpunkte auf 12,34 %, ebenso der Anteil von gastgewerblichen Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel. Der Anstieg kann nicht zuletzt auf den Zuwachs bei den Partnerbetrieben des Nationalparks und der Biosphäre, vor allem aber auch auf das Sonderkonjunkturprogramm und die Kooperation von ServiceQ mit TourCert zurückgeführt werden. Der Nachhaltigkeitsindex bei den Gästeführer*innen ist weiterhin auf einem hohen Niveau, wobei

festzustellen ist, dass die zertifizierten Natur- und Landschaftsführer sowie Nationalparkführer erwartungsgemäß einen höheren Index von durchschnittlich 92 % aufweisen.

	Einheit	Erstzertifizierung	2019	2020	2021
Anteil anerkannter Partnerbetriebe	%	9,11%	8,97%	10,28%	12,34%
Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	Anz.	32	41	48	59
Anteil von gastgewerblichen Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	%	3,55%	3,55%	4,67%	6,36%
Nachhaltigkeits-Index Gästeführer*innen	%	79 %	-	-	71,92 %

Die TZS führt jährlich verschiedenste Veranstaltungsformate durch, um das Partnernetzwerk zu stärken und weitere touristische Leistungsträger für die Netzwerkarbeit und den Nachhaltigkeitsprozess zu gewinnen. Dazu gehören z.B. im Zeitraum 2018 - 2021:

- Basisseminar „Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement“ (Präsenzseminar im Mai 2018 und Webinar Mai 2020)
- Basisseminar: „Nachhaltiges Tourismusmanagement für touristische Leistungsträger“ (Präsenzseminar im November 2018 und Webinar im Mai 2020)
- Workshop „Klimafreundliches Reisen“ des Projektkreis Naturtourismus im November 2019
- Webinar "Resilienz durch Nachhaltigkeit – Strategieentwicklung in unsicheren Zeiten" (Mai 2020)
- Webinar „Green Marketing“ (Mai 2021)

Alle Webinare sind dauerhaft auch auf dem YouTube-Kanal des Tourismuslotsen einsehbar.

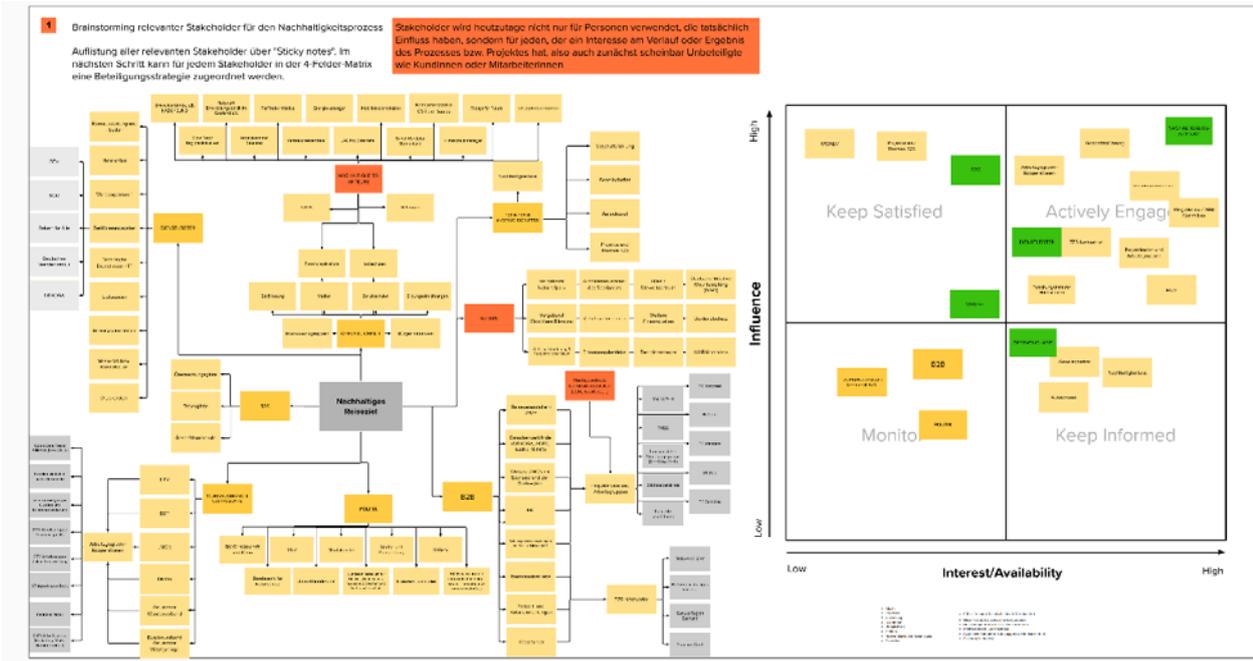
Darüber hinaus werden auf der Tourismuslotsen-Internetseite (www.tourismuslotse.saarland) und im Online-Lotsen-Check Informationen zur nachhaltigen Ausrichtung von HOGA- und Tourismus-Betrieben gegeben: Es stehen dort verschiedene Leitfäden zum Download bereit und es wurden verschiedene Themen der Nachhaltigkeit in Form von Checklisten aufgearbeitet. Nachhaltigkeit ist ebenso ein Kapitel im E-Learning zur Tourismusdestination Saarland. Darüber hinaus informiert der Tourismuslotse über Branchenforen oder externe Webinare und Seminare rund um das Thema Nachhaltigkeit.

Die Partnerbetriebe werden bevorzugt in das überregionale Marketing der TZS eingebunden und auf der Homepage als nachhaltig gekennzeichnet. Außerdem erhalten Sie regelmäßig Informationen zu Themen der Nachhaltigkeit und Zugang zu kostenfreien Webinaren oder Seminaren (s.u.). Gemeinsam wurden Themenwochen gestaltet, z.B. die „Klimaaktionswoche“ in den Jahren 2019 und 2020 anlässlich des globalen Klimastreiks.

1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen

Die Tourismusverantwortlichen identifizieren gesellschaftlich und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen (Stakeholder) des Tourismus und integrieren sie durch einen regelmäßigen Dialog in den Nachhaltigkeitsprozess der Destination.

Die TZS hat im Rahmen des TourCert-Zertifizierungsprozesses eine umfassende Stakeholder Analyse mit Stakeholder-Matrix und Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt.



Wesentlichkeitsanalyse

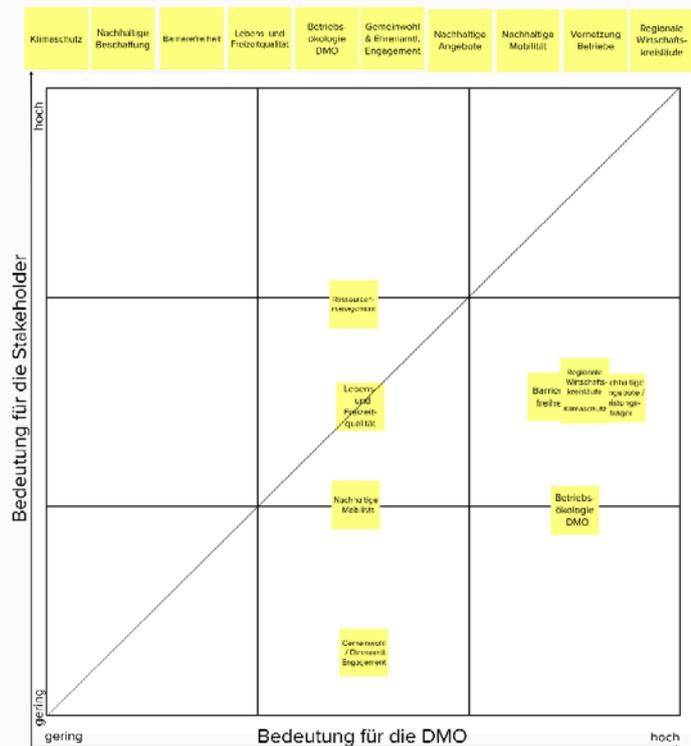
Welches sind aus Unternehmenssicht die strategisch wichtigen Nachhaltigkeitsthemen? Was erwarten die Anspruchsgruppen?
Zur Bewertung der einzelnen Handlungsfelder werden Punkte vergeben:
1 = geringe Bedeutung, 2 = mittlere Bedeutung und 3 = hohe Bedeutung

Handlungsfelder / Stakeholder	Ressourcenmanagement	Betriebsökologie DMO	Geschwindigkeit / Effizienz Engagement	Barrierefreiheit	Nachhaltige Angebote / Leistungsangebot	Lebens- und Freizeitqualität	Nachhaltige Mobilität	Klimaschutz	Regionale Wirtschaftskreisläufe
DMO	2	3	2	3	3	2	2	3	3
Nachw. Anbieter	3	2	2	3	3	3	2	3	2
Dienstleister	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Forschung	2	1	1	2	2	2	2	2	2
MUV	3	2	1	2	2	2	1	2	3
Nachw. Kooperationspartner	2	2	1	2	2	2	2	2	3
Durchschnitt Stakeholder	2,6	1,6	1,2	2	2	2	1,6	2	2,2

Öffentlichkeit Politik B2C Dienstleister B2B Nachhaltige Angebote Tourismusbranche Interessengruppen

& Wesentlichkeitsmatrix

Die nachfolgende Wesentlichkeitsmatrix setzt die Interessen der DMO und ihrer Stakeholder in Relation und bildet eine „Gesamtwesentlichkeit“ ab, die anzeigt, welche Nachhaltigkeitsthemen von Relevanz sind, wo sich wesentliche Themen überschneiden oder gegensätzliche Interessen vorliegen.



Die wichtigsten – bzw. die für den Nachhaltigkeitsprozess relevanten – Stakeholder sind im Nachhaltigkeitsrat vertreten. Weitere Anspruchsgruppen (Leistungsträger und Kollegen der Tourismusorganisationen der Landkreise bzw. Kommunen) sind durch ihre Mitgliedschaft im Partnernetzwerk des nachhaltigen Reiseziels Saarland in den Nachhaltigkeitsprozess eingebunden.

Eine wichtige Funktion für die koordinierte und landesweit abgestimmte Produktentwicklung übernehmen die segmentspezifischen Projektkreise im Saarland. Die Projektkreise übernehmen gemäß der Tourismuskonzeption folgende Aufgaben: „Impuls- und Ideengebung, Vernetzung der touristischen Akteure, Entwicklung von marktfähigen Angeboten und Informationsmaterialien, Plattform für touristisches Know-how, Qualitätssicherung und Professionalisierung“. Die Projektkreise setzen sich aus einem Vertreter der TZS, Vertretern der jeweiligen Landkreise sowie aus Vertretern von Fachverbänden, Ministerien, Kommunen und privaten Leistungsträgern zusammen. Darüber hinaus hat die TZS verschiedene Netzwerke ins Leben gerufen, in denen mit Betrieben und weiteren Stakeholdern Themensegmente weiterentwickelt werden. Dazu gehören neben dem *Partnernetzwerk nachhaltiges Reiseziel* auch das *Netzwerk Hören* und die *Genuss Region Saarland*. Die TZS überprüft regelmäßig in bilateralen Gesprächen oder über die benannten Gremien, ob die Bestrebungen und Aktivitäten zur Nachhaltigkeit bekannt sind und welcher Stellenwert der Nachhaltigkeit bei Leistungsträgern und Touristikern eingeräumt wird.

Die Weitergabe von Informationen in Richtung Politik erfolgt standardmäßig in Kaskaden: Die TZS informiert im Rahmen ihrer Aufsichtsratssitzungen und den Regionalaussschusssitzungen über Neuerungen und Entwicklungen im Saarlandtourismus. Die Landkreise wiederum geben die Informationen im Rahmen von Fachkonferenzen oder sogenannten Werbeausschusssitzungen an die touristischen Akteure auf kommunaler Ebene weiter, die die Themen in die Bürgermeisterdienstbesprechungen weitertragen. Die Geschäftsführung sowie das Umsetzungsmanagement der TZS haben in den letzten beiden Jahren zahlreiche bilaterale Gespräche mit kommunalen Politikern und Bürgermeistern geführt sowie das Format „Tourismuspolitisches Forum“ zur Steigerung des Tourismusbewusstseins in der Politik ins Leben gerufen. In der Pandemie-Zeit gab es zudem digitale Dialoge unter dem Titel „Rüstzeug für den Restart“ und es wurde ein Leitfaden für die Recovery-Phase erarbeitet. Für das kommende Jahr 2022 sind Landkreis-Konferenzen geplant.

Weitere Akteure wie der DEHOGA Saarland, die IHK Saarland oder auch einzelne Institutionen wie das Weltkulturerbe Völklinger Hütte oder der Saarländische Städte- und Gemeindetag werden in Projekte einbezogen. So sind der DEHOGA und die IHK Saarland z.B. Projektpartner des Tourismuslotsen Saarland, das allen Tourismusbetrieben im Saarland eine Internetplattform mit branchenspezifischen Informationen sowie den Online-Lotsen-Check mit interaktiven Checklisten und Belohnungssystem zur Verfügung stellt.

Die TZS ist nicht nur regional, sondern auch bundesweit in Netzwerke und Fachgremien eingebunden. So ist die Geschäftsführerin Vorsitzende des Vergaberates für die Partnerbetriebsprojekte der Biosphäre Bliesgau und des Nationalparks Hunsrück-Hochwald. Sie ist außerdem Vorsitzende in den Beiräten der Biosphäre Bliesgau und des Museumsverbands Saar. Auf Bundesebene sind die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) und der Deutsche Tourismusverband (DTV) wichtige Partner, in deren Fachausschüssen sich die TZS engagiert. Die Geschäftsführerin der TZS ist in weiteren Gremien aktiv:

- DTV Vorstand
- Sprecherin des dwif Regionalbeirats zum Sparkassen Tourismusbarometer
- DJH Verwaltungsrat seit 2018
- Vertretung des DTV im Sachverständigenrat Ländliche Entwicklung (SRLE)
- MAB-Nationalkomitee des Bundesumweltministeriums seit 2018

Das Saarland wird überregional und regional als Vorreiter des nachhaltigen Tourismus wahrgenommen. Diese Stellung wird durch die Gründungsmitgliedschaft in der *Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele* gefestigt und verhilft ihr nicht zuletzt auch regional zu einer großen Anerkennung und Glaubhaftigkeit in Fragen der Nachhaltigkeit.

1.9 Nachhaltigkeitskommunikation

	Einheit	Erstzertifizierung	2021
Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung (TZS-intern)	%	-	76
Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung (Extern)	%	66,76	75

Die TZS veröffentlicht jährlich einen Fahrplan für Maßnahmen und Projekte im Destinationsmanagement. Hier werden die regionalen Alleinstellungsmerkmale zusammengefasst, die touristischen Zielgruppen benannt, touristische Angebotsthemen bzw. Produktlinien beschrieben, Quellmärkte bewertet und Merkmale der Markenidentifikation analysiert. Die Kommunikationsmaterialien der TZS enthalten korrekte und möglichst präzise Leistungsbeschreibungen. Die Destination wird in den Medien authentisch und realistisch abgebildet. Die wichtigsten Online- und Printmedien sind mehrsprachig (Englisch, Französisch und Niederländisch) verfügbar. Alle Medien folgen einem einheitlichen Corporate Design. 2021 wurde zusammen mit der Entwicklung einer neuen Tourismus-Kampagne für das Saarland gleichzeitig ein neuer Markenauftritt für die Destination geschaffen. Die wichtigsten Eckpunkte und was es alles für das einheitliche Erscheinungsbild zu beachten gilt, wurde in einem Brand Manual festgehalten.

Zur übersichtlichen Darstellung nachhaltiger Reiseangebote und der wichtigsten Informationen zum nachhaltigen Reisen im Saarland wurde eine eigene [Landingpage](#) erstellt. Diese informiert über den Natur- und Umweltschutz im Saarland, regionale Produkte, klimafreundliche Mobilität, Kultur & Brauchtum sowie barrierefreies Reisen. Ebenso eingebunden in die Landingpage ist das [Erklärvideo](#) zum „Nachhaltigen Reiseziel Saarland“ sowie ein [Green Guide](#), geschrieben von der Bloggerin Beatrice Anton (Blog Reisezeilen). Die Rubrik [Was uns gefällt](#) dient als Inspiration zu verweilen, die Natur, Kultur und Menschen der Region bewusst zu erleben und wertzuschätzen. Im integrierten Buchungssystem der TZS kann nach nachhaltigen Unterkünften gefiltert werden. Ebenso werden bei allen Betrieben die jeweiligen Qualitäts- und Nachhaltigkeitszertifizierungen ausgespielt, sodass auch Nutzer, die nicht explizit nach nachhaltigen Partnern suchen, Informationen zur Nachhaltigkeit erhalten.

Das Thema „Naturtourismus“ ist ein weiterer wichtiger Schwerpunkt des TZS-Marketings. Bei der Produktentwicklung und -vermarktung ist die Balance zwischen Tourismus und Naturschutz ein wichtiger Aspekt, der insbesondere im Rahmen der Sitzungen des Projektkreises Naturtourismus, des Team Marketing Biosphäre Bliesgau und des Marketingausschusses Nationalpark Hunsrück-Hochwald diskutiert wird. Aufgrund des steigenden Besucherdrucks in den Schutzgebieten durch die Corona-Pandemie initiierte die TZS eine Themenwoche „Rücksichtsvoll durch's Saarland“, die gemeinsam mit dem Umweltministerium Anfang Juni 2021 durchgeführt wurde. Zu diesem Zweck wurde erneut eine eigene [Landingpage](#) erstellt und gemeinsam mit dem Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald ein [Kurzclip](#) produziert, der Empfehlungen für einen nachhaltigen Aufenthalt im Nationalpark gibt. Das Video wurde darüber hinaus über vier Wochen mit einer Werbekampagne sichtbar gemacht und erreichte in diesem Zeitraum mehr als 1,5 Millionen Personen. Die Landingpage stellt die Großschutzgebiete im Saarland vor, informiert über klimafreundliches und nachhaltiges Reisen im Saarland und beinhaltet Hintergrundinformationen zu einem rücksichtsvollen Aufenthalt in der Natur. Ebenso werden Ausflugstipps und thematisch passende Projekte im Saarland vorgestellt.

Grundsätzlich kommuniziert die TZS bei allen Marketingmaßnahmen Aspekte der Nachhaltigkeit mit oder definiert Nachhaltigkeit als Schwerpunkt von Medien- bzw. Influencerkooperationen, z.B.

- Instahike mit dem Fotografenkollektiv „Wild Lenses“: Die Teilnehmer zeigten nicht nur die Landschaft des UNESCO Biosphärenreservats Bliesgau sondern hatten auch explizit die Aufgabe, Aspekte eines rücksichtsvollen Aufenthalts / Fotografierens zu vermitteln
- Influencerkooperation mit Katrin Heckmann vom Blog „Fräulein Draussen“. Die Kooperation mit Kathrin Heckmann: Vorstellung der [Nationalen Naturlandschaften](#) und der Arbeit der Schutzgebietsverwaltungen.
- Jährliche Medienkooperation mit dem Magazin „Anderswo - Europa nachhaltig entdecken“

- Messeauftritt auf der Internationalen Tourismusbörse 2019: Im Zentrum der Präsentation standen gleich zwei Nachhaltigkeits-Projekte: Das Floß der Nachhaltigkeit und Waldwerken. Die Besucher konnten aktiv den Floßbau miterleben und anpacken oder beim Wildholzstuhlbauen zuschauen. Darüber hinaus konnten Interessierte mit einer Baumpatenschaft einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Die kleinen Weißtannen wurden mittlerweile eingepflanzt und haben im UNESCO Biosphärenreservat Wurzeln geschlagen.

Zudem informiert die TZS regelmäßig über ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Destination, die Nachhaltigkeitsstrategie und aktuelle Nachhaltigkeitsprojekte und -initiativen. Diese Informationen sind auf der Homepage einsehbar.

1.10 Rechtskonformität

Die im Nachhaltigkeitsprozess involvierten Tourismusakteure kennen und erfüllen alle maßgeblichen Gesetze (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte).

Die TZS und die in den Nachhaltigkeitsprozess involvierten Tourismusakteure kennen alle geltenden gesetzlichen Pflichten in Bezug auf den Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltschutz. Wegeplanung und Infrastrukturmaßnahmen in Naturräumen werden standardisiert mit den zuständigen Behörden und Interessensverbänden abgestimmt. Die Einhaltung der Pflichten wird durch die Geschäftsleitung gewährleistet. Darüber hinaus gibt es klare Überprüfungsmechanismen zur Einhaltung gesetzlicher Pflichten, beispielsweise durch die sicherheitstechnische Überprüfung. Allerdings führt die TZS kein Rechtskataster. Für einzelne Themen nimmt die TZS Rechtsberatung in Anspruch. Die Mitarbeiter der TSZ erhalten regelmäßig Schulungen zu wichtigen Rechtsfragen, beispielsweise der Datenschutzgrundverordnung oder dem Vergabe- oder Pauschalreiserecht.

1.11 Verbesserungsmanagement

Es wird ein Verbesserungsprogramm erstellt, das jährlich aktualisiert wird und sowohl Maßnahmen für die DMO selbst als auch auf Ebene der Destination beinhaltet.

Die TZS hat im Rahmen ihrer Erstzertifizierung ein umfangreiches Verbesserungsprogramm erstellt, welches kontinuierlich abgearbeitet wird. Die Umsetzung erfolgt federführend durch die Nachhaltigkeitsbeauftragte. Aus unterschiedlichen Gründen wurden einzelne Maßnahmen bis zur Rezertifizierung noch nicht umgesetzt, dafür sind jedoch weitere Maßnahmen im Zeitverlauf ergänzt worden.

Nicht (vollständig) umgesetzte Maßnahmen:

Maßnahme	Erfüllungsgrad	Begründung
Alle VertriebsmitarbeiterInnen absolvieren das E-Learning: https://green-counter.driv.de/index.php/green-counter-online-schulung	0 %	Die Nachhaltigkeitsbeauftragte hat die Schulung testweise durchgeführt und sich dagegen entschieden, die VertriebsmitarbeiterInnen dazu aufzufordern, an der Schulung teilzunehmen. Die Sensibilisierung und Schulung erfolgt stattdessen im Rahmen der "10 Minuten Nachhaltigkeit"
Die permanente Gästebefragung enthält mind. zwei Fragen zur Nachhaltigkeit	0 %	Die nächste Permanente Gästebefragung wird frühestens 2022 stattfinden. Die Maßnahme wird daher in das neue Verbesserungsprogramm im Rahmen der Rezertifizierung übernommen.
Durchführung einer Mobilitätsschulung Leistungsträger & TI's ggf. Fachexkursion.	60 %	Die Durchführung sollte erst nach Veröffentlichung der Tarifreform und des Verkehrsentwicklungsplans (Juli 2021) stattfinden.

		Man entschied sich dann, den Mobilitätstag nicht am Ende der Saison 2021, sondern zu Beginn der Saison 2022 durchzuführen. Die Maßnahme wird daher in das neue Verbesserungsprogramm im Rahmen der Rezertifizierung übernommen.
Die Geschäftsführung stellt die TC Zertifizierung beim Netzwerktreffen der Klimaschutzmanager vor und sensibilisiert diese für die Bedürfnisse des Tourismus	0 %	Eine Einladung ist erfolgt, jedoch konnte die TZS zu diesem Termin nicht teilnehmen. Eine neue Terminfindung / Einladung steht noch aus.
Mitwirkung an Aktion Saarland Picobello oder einer ähnlichen Initiative / Mitwirkung an Initiative Stadtradeln 2019.	50 %	Verschiedene Vorschläge wurden dem Team unterbreitet. Es konnte jedoch keine Einigung erzielt werden.
im Rahmen der Sitzungen kulturelle Leuchttürme/Städtetourismus wird Destinationszertifizierung vorgestellt und Möglichkeiten der Mitwirkung aufgezeigt.	0 %	Frist Ende 2025. Die Maßnahme wird daher in das neue Verbesserungsprogramm im Rahmen der Rezertifizierung übernommen.
Zur Sensibilisierung der Touristiker: Schulungsmodul für Schüler der Höheren Berufsfachschule (technisch-gewerblich Hotelfachschüler und kaufmännisch Einzelhandelskaufleute) mit Themenschwerpunkt Tourismusbewusstsein und nachhaltiges Destinationsmanagement.	0 %	Frist Ende 2025. Die Maßnahme wird daher in das neue Verbesserungsprogramm im Rahmen der Rezertifizierung übernommen.
Zur Sensibilisierung der Bevölkerung: Sammlung von Lieblingsorten/Tipps der Saarländer zur Weitergabe an Gäste, Einbindung der Tipps u.a. in die Ausflugsziele-Karte der TZS.	0 %	Frist Ende 2025. Die Maßnahme wird daher in das neue Verbesserungsprogramm im Rahmen der Rezertifizierung übernommen.
Durchführung eines "Ideenworkshops" zur Aktualisierung und Erweiterung des bestehenden Verbesserungsprogramms.	50 %	Frist Ende 2025. Die Umsetzung erfolgt kontinuierlich über "10 Minuten Nachhaltigkeit" innerhalb der TZS sowie Projektkreis Naturtourismus

Auch für die Rezertifizierung wurde ausgehend von den Ergebnissen des Selbstchecks und der internen sowie externen Befragungen sowie den im Team durchgeführten Analysen (SWOT-Analyse, der GAP-Analyse der Customer Journey und der Stakeholder Analyse) ein Verbesserungsprogramm erarbeitet und im TourCert Cockpit hochgeladen.

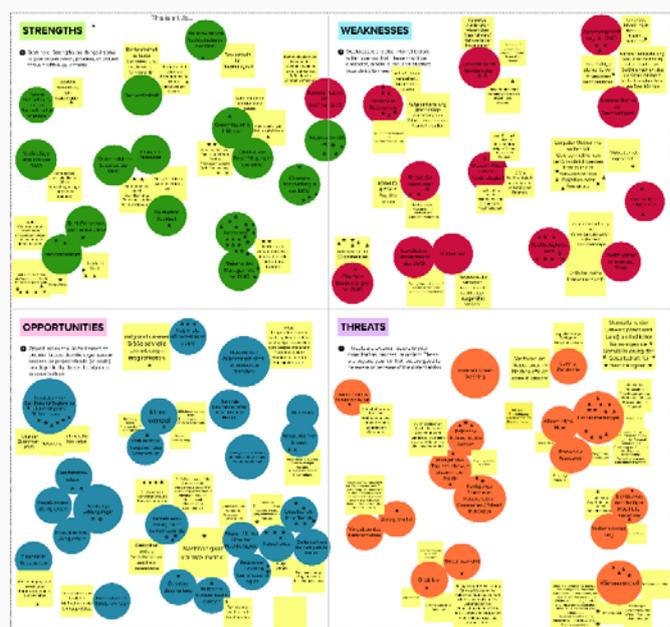
SWOT Analysis

Identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats to develop a plan

Use this when you want to gather information about your organization, an organization, process, or project. It aims to identify strengths and weaknesses, and identify areas of opportunity and potential "threats". It is based on an internal/external analysis of the organization. All the following:

1 Brainstorm strengths, weaknesses, opportunities and threats to your project here

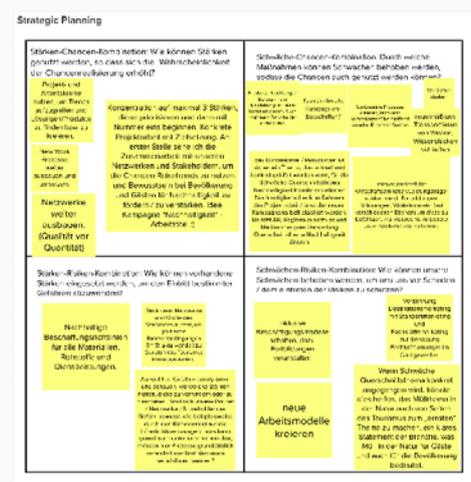
Brainstorm strengths, weaknesses, opportunities and threats to your project here



2 Rank items in each quadrant from most to least important



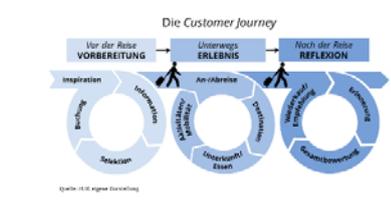
3 Develop a strategic action plan



Share your feedback

GAP-Analyse der Customer Journey

Die Customer Journey beschreibt den Weg, den ein potentieller Kund*in über verschiedene Kontaktpunkte mit einem Produkt oder einem Unternehmen geht, bis er eine gewünschte Zielhandlung durchführt. Sie lässt sich in drei Phasen einteilen: VOR, WÄHREND-DESSEN und DANACH. Für jede dieser Phasen werden die Idealsituation und die Realität analysiert (SOLL/IST-Vergleich) sowie erarbeitet, welche Maßnahmen nötig sind um die Idealsituation zu erreichen. Ziel dieser Methode ist die Qualität und Nachhaltigkeitsaspekte in allen Prozessen der Servicekette zu prüfen und zu verbessern.



	Das machen wir schon	So sollte es idealerweise sein	Das ist zu tun:
Inspiration			
Information			
Selektion			
Buchung			
B2B			

	Das machen wir schon	So sollte es idealerweise sein	Das ist zu tun:
Unterkunft			
Vorpflegung			
Mobilität			
Kultur & Tradition / Begegnungen			
Service			
Erlebnis / n / Ausflüge			

	Das machen wir schon	So sollte es idealerweise sein	Das ist zu tun:
Abreise			
Erinnerung			
Feedback			
Kundenbindung			

2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung

2.1 Gästezufriedenheit

Die Destination hat ein System zur regelmäßigen Erhebung der Gästezufriedenheit und ein Beschwerdemanagement-System implementiert.

Die Gästezufriedenheit wird im Rahmen der permanenten Gästebefragung überprüft und ausgewertet. Der Turnus der Befragung ist vierjährig (2008/09, 2012/13, 2016/17). Die Befragung 2020/21 wurde aufgrund der Corona-Pandemie verschoben. Neben der Gästebefragung werden themenspezifische Befragungen durchgeführt, beispielsweise im Rahmen der Radverkehrsanalyse oder der Destination Brand Studie. Die TZS hat zur vertiefenden Analyse der Gästezufriedenheit das Tool „TrustYou Analytics“ eingekauft, mit der sie den TrustScore analysiert. Die Analysen zeigen, dass sich die Gästezufriedenheit im Saarland in den letzten Jahren stetig verbessert hat. Die TZS erfasst darüber hinaus die Zufriedenheit der Urlaubsreisenden, die ihren Aufenthalt über die TZS gebucht haben. Die Reisenden erhalten nach ihrer Reise einen Online-Fragebogen, um ihre Reise bewerten zu können. Das Feedback wird statistisch erfasst, kontinuierlich ausgewertet und als Grundlage für Produktpassung und -entwicklung genutzt. Beschwerden, die die Arbeit und die Angebote der TZS betreffen, werden direkt von der TZS bearbeitet. Andere werden an die zuständigen Leistungsträger bzw. Akteure weitergeleitet. Im Jahr lag der Anteil der Gästebeschwerden bei 4%, 2020 bei 10,64 % und in 2021 bei 4,5 %. Der Anstieg im Jahr 2020 ist nicht zuletzt auf die pandemiebedingten Veränderungen in der Angebotsstruktur zurückzuführen.

Die Erkenntnisse aus TrustYou Analytics, der Gästebefragung und weiterer Studien bzw. Befragungen werden in der Marktforschungsbroschüre (Mafo-Booklet) und auf der Informationsplattform Tourismuslotse Saarland veröffentlicht und im Maßnahmenplan dargestellt. Öffentlichkeit und Tourismusakteure werden über die Ergebnisse der Befragungen regelmäßig, z.B. im Rahmen von Veranstaltungen (jährlicher Tourismustag, Marktforschungstage, IHK Branchenforum Tourismus, Regionalausschuss) oder im Newsletter „TZS Heute“ informiert. Ebenso informiert und schult die TZS zu Bedürfnissen und Erwartungen der Zielgruppen und zu Möglichkeiten, diese zukünftig besser zu erfüllen.

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.

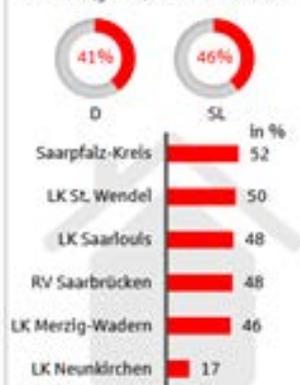
Die Tourismuskonzeption Saarland 2025 weist schon im Titel „Wir schaffen Werte durch Wachstum und Qualität“ auf ihren Qualitätsanspruch hin. Seit Projektstart im Jahr 2008 bis zur Neustrukturierung 2021 war die TZS die Landeskoordinierungsstelle für ServiceQualität Deutschland. Sie bietet weiterhin Informationen und Beratung zum Schulungs- und Zertifizierungsprogramm von ServiceQualität Deutschland an und steht im regelmäßigen Austausch mit der DTVS GmbH, die das operative Geschäft für ganz Deutschland seit Januar 2022 übernimmt. Die TZS ist zudem Anlaufstelle für die Sterneklassifizierung des DTV und weiterer zielgruppenspezifischer Zertifizierungen wie Bett + Bike, Wanderbares Deutschland und i-Marke. Außerdem betreut sie weitere Qualitätsnetzwerke wie das Netzwerk Hören oder die Genuss Region Saarland und berät sowie zertifiziert Betriebe nach dem Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“. Zertifizierte Betriebe werden bevorzugt in die überregionalen Marketingaktivitäten der TZS eingebunden.

Die Zahl der klassifizierten und zertifizierten Betriebe spricht für den Erfolg der Qualitätsinitiativen. Auch wenn in den letzten Jahren – dem bundesweiten Trend folgend - ein Rückgang zu verzeichnen ist, liegt der Anteil der DEHOGA-klassifizierten Hotels im Saarland weiterhin über dem Bundesdurchschnitt.

Entwicklung der klassifizierten Betriebe im Saarland



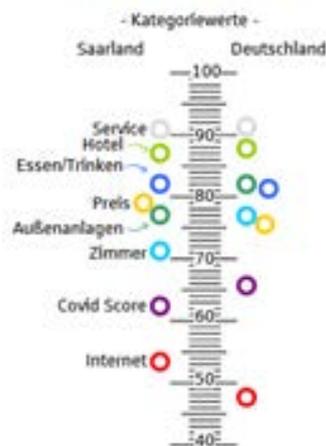
Anteil DEHOGA-zertifizierter Betriebe an Hotels (garnis) im Saarland 2021



TrustScore 2021, Punktzahlen von 0 bis 100



TRUSTYOU



Ausgewählte Qualitätsinitiativen im Saarland: Entwicklung der Teilnehmerbetriebe



Quelle: dwif 2021, Daten: DEHOGA Deutsche Hotelklassifizierung GmbH, Deutscher Wanderverband, Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V., PINCAMP/ADAC Camping GmbH – ADAC Campingführer 2020, Deutscher Tourismusverband Service GmbH, ServiceQualität Deutschland (SQD) e. V., InfraCert GmbH –

	Einheit	Erstzertifizierung	2021
Anteil von Tourismusbetrieben mit einer Qualitätsauszeichnung	%	35,03	24,83

Die Tourismusbranche im Saarland ist eher kleinteilig strukturiert. Die TZS unterstützt die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) darin, sich weiter zu professionalisieren, Antworten auf sich ändernde Rahmenbedingungen zu finden und den Ansprüchen der Gäste im Hinblick auf Qualität gerecht zu werden. Hierzu organisiert sie, zum Teil in Zusammenarbeit mit dem DEHOGA und der IHK Saarland, Seminare, Workshops und Informationsveranstaltungen. Ein Meilenstein ist das Projekt „Tourismuslotse Saarland“, das vom saarländischen Wirtschaftsministerium im Jahr 2012 initiiert und gemeinsam mit Beratern der DEHOGA Beratung umgesetzt wurde. Seit der Online-Tourismuslotse in 2016 an den Start gegangen ist, wurde er stetig weiterentwickelt. Herzstück ist der Online-Lotsen-Check. Das kostenfreie Tool animiert Tourismusbetriebe, ihre Serviceorientierung stetig zu optimieren – jederzeit und ohne großen Aufwand. Dafür stehen interaktive Checklisten für Hotels, Gastronomie, Ferienwohnungen, Tourist-Informationen sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen parat, deren Bearbeitung mit Lotsenpunkten und virtuellen Auszeichnungen belohnt wird. Außerdem warten in fünf Level (Anfänger bis Visionär) geldwerte Vorteile auf alle registrierten Nutzer. Zuletzt wurde der Online-Lotsen-Check insbesondere hinsichtlich der Einschätzung der betrieblichen Performance optimiert: So werden anhand der beantworteten Checkfragen individuelle Verbesserungspotentiale zu verschiedenen Themen aufgezeigt. In einem Ranking können die Betriebe sehen, wie viele Punkte sie in einer bestimmten Kategorie oder in allen Checklisten im Vergleich zu anderen Betrieben gesammelt haben. In der Rubrik „Erklärvideos“ finden Nutzer außerdem alle Video-Lektionen des „Digitalen Marketing-Kompasses“ sowie Webinar-Aufzeichnungen. Das Projekt wurde 2021 für den Deutschen Tourismuspreis nominiert. Die Jury urteilte wie folgt: „Der Tourismuslotse Saarland macht kleine und mittelständische Tourismusbetriebe in Sachen Servicequalität fit. Gut strukturiert, praxisnah und spielerisch aufbereitet, schafft der digitale Berater Anreize, sich stetig zu verbessern. Ein umfangreicher Service, der auf das Selbstverständnis einer modernen Destinationsmanagementgesellschaft einzahlt.“



Im Online-Lotsen-Check gibt es selbstverständlich auch verschiedene Checklisten zum Thema Nachhaltigkeit.

Als Anreiz zur Qualitätsentwicklung und Durchführung einer Zertifizierung bzw. Klassifizierung werden die besonders engagierten Betriebe als Leuchttürme bevorzugt in die Marketingaktivitäten eingebunden und erhalten bevorzugten bzw. vergünstigten Zugang zu Marketingkooperationen.

Auch an die Qualität der touristischen Infrastruktur werden hohe Ansprüche gestellt. So gibt es im Saarland über 67 Premiumwanderwege und die Region rund um den 410 km langen Saar-Hunsrück-Steig ist als Premiumwanderregion zertifiziert. Seit 2017 konnte die durchschnittliche Punktezahl der Premiumwanderwege von 60 auf 68 gesteigert werden. Die Zufriedenheit der Gäste mit dem Wanderwegeangebot zeigt sich auch in den Bewertungen auf dem Tourenportal Outdooractive: 50 % bewerteten die Wege mit 5 Sternen, weitere 33,5% der bewerteten Touren erhielten 4 Sterne. Das Biosphärenreservat Bliesgau ist derzeit im Umsetzungsprozess zur Weiterentwicklung als Qualitätsregion Wanderbares Deutschland begriffen. Darüber hinaus gibt es drei ADFC-Qualitätsradrouten (Glan-Blies-Radweg, Saar-Radweg, Saarland-Radweg), die jeweils mit vier Sternen zertifiziert sind. Zur Qualitätssicherung beschäftigt die TZS im Rahmen des Projektes „Tourismus-Qualitätssicherung Saarland (TQS) für Premiumwanderwege und das SaarRadland“ einen Qualitätsbeauftragten. Soweit der TZS bekannt ist, ist das Saarland das einzige Bundesland, das eine landesweite Qualitätssicherung in dieser Form umsetzt.

2.3 Besucherinformation 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 der Destination verbreitet.

Die Besucherinformation und -sensibilisierung in ökologisch sensiblen Gebieten ist Aufgabe der saarländischen Großschutzgebiete und des Ministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz. Die Großschutzgebiete verfügen jeweils über eine Besucherlenkungsstrategie, anhand derer in den vergangenen Jahren, zum Teil in Zusammenarbeit mit den regionalen Tourismusorganisationen, Konzepte und Produkte entwickelt wurden. Auf Landesebene sind weitere Vorgaben in der saarländischen Biodiversitätsstrategie festgehalten. Im Rahmen des Projektkreises Naturtourismus, aber auch in den Projektkreisen Wandern und Radfahren erfolgt eine entsprechende Informationsvermittlung und Maßnahmenentwicklung zur Besucherinformation und -sensibilisierung. Die TZS übernimmt hier vor allem eine Kommunikationsaufgabe. Aber auch bei der Produktentwicklung, z.B. bei der Gestaltung neuer Angebote im Bereich Mountainbike, werden entsprechende Ansätze verfolgt.

Das Saarland beteiligt sich über das Biosphärenreservat Bliesgau als Umsetzungspartner am Projekt „Digitize the Planet“. Ziel des Projektes ist es, Regelungen zum Verhalten in der Natur digital aufzuarbeiten und als Open Data frei zugänglich zu machen.

In besonders geschützten Räumen dürfen Führungen nur von ausgebildeten Natur- und Landschaftsführern bzw. zertifizierten Nationalparkführern durchgeführt werden. Daher werden sowohl im Biosphärenreservat Bliesgau als auch im Nationalpark Hunsrück-Hochwald Gästeführer und interessierte Personen regelmäßig ausgebildet. Die Sensibilisierung für die heimische Natur und Kultur sowie deren Schutz sind fester Bestandteil dieser Ausbildung. Informationen dazu wurden auch in der letzten Gästeführerausbildung aufgegriffen.

Mit der neuen App zum Nationalpark Hunsrück-Hochwald können sich Gäste im Nationalpark orientieren und werden digital von den „augmented“ Rangern begleitet.

Die saarländischen Großschutzgebiete, der NABU und der BUND publizieren verschiedene Informationsflyer zum Thema „Natur“ und „Naturschutz“. Die Flyer „Kernzonen – Urwälder von morgen“, „Auf dem Orchideenpfad besondere Arten erleben“ oder „Wandern mit Bus und Bahn“ sind nur einzelne Beispiele aus dem Biosphärenreservat Bliesgau. Der Nationalpark Hunsrück-Hochwald hat zusätzlich Regeln für naturverträgliches Geocaching im

Nationalpark und einen Erklärfilm zum Thema veröffentlicht. Im Naturpark Saar-Hunsrück wurden im Rahmen der „UN Dekade Biologische Vielfalt“ sogenannte „Streuobstwiesen-Rucksäcke“ entwickelt. Damit „[...] können Grundschüler und Familien die Artenvielfalt an Tier- und Pflanzenarten der Streuobstwiese mit Hilfe von anschaulichen Materialien und Anleitungen kennenlernen.“

Darüber hinaus wurden in den letzten Jahren einige Lehrpfade und Informationszentren geschaffen, z.B.:

- Erlebnisweg „Ökologischer Rucksack“
- Lehrpfad „Ökologische Landwirtschaft“ in leichter Sprache
- Orchideenlehrpfad
- BUND Wildkatzenlehrpfad am Naturpark Infozentrum Weiskirchen
- Waldinformationszentrum im Urwald vor den Toren der Stadt mit Infopavillons
- NABU-Naturgarten

	Einheit	2018	2019	2020	2021
Anteil der Kommunen mit touristischen Informationsstellen	%	50 %	50 %	50 %	50%
Bei einer Gästebefragung: Anteil Gäste, die angeben, dass sie sich der Nachhaltigkeitsbestrebungen und -aktivitäten der Destination bewusst sind.	%	Wird noch nicht abgefragt. Eine entsprechende Fragestellung ist aber für die nächste Gästebefragung vorgesehen.			

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. Der Besuch von herausragenden Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen ist teilweise auch für Menschen mit Einschränkungen möglich.

Zwischen 2015 und 2018 entwickelte das Saarland im Rahmen des Pilotprojekts Netzwerk Hören zusammen mit den Projektpartnern ein optimal abgestimmtes medizinisches und touristisches Angebot für Menschen mit Höreinschränkungen. Seitdem wurden touristische Akteure im Praxisseminar Hören mit Herz über die Zielgruppe der Hörgeschädigten informiert und für den richtigen Umgang mit ihnen sensibilisiert. Ebenso wurde das Qualitätssiegel „Hören mit Herz“ an Gästeführer, Tourist-Informationen, Sehenswürdigkeiten und Unterkünfte verliehen und zahlreiche Angebote für Menschen mit Hörbeeinträchtigung entwickelt. Im Biosphärenreservat Bliesgau wurden als Modellprojekt insgesamt acht digitale „Lauschtouren“ produziert. Mit Unterstützung von Audiodateien und Gebärdenvideos werden die Geschichte, die Kultur und die Natur auf kurzweilige Art und Weise erlebbar gemacht. Gäste und Einheimische werden über die App informativ und abwechslungsreich durch die Städte und Gemeinden der Biosphäre Bliesgau geführt. Das Netzwerk Hören hat weiterhin einen hohen Stellenwert, wurde zu einem Netzwerk für barrierefreies Reisen weiterentwickelt und stellt ein seltenes Beispiel für eine gelungene vertikale Kooperation zwischen wissenschaftlichen und gewerblichen Partnern dar. Die Projektleitung erfolgt durch eine TZS-Mitarbeiterin in enger Abstimmung mit dem Projektträger und den Kooperationspartnern. Projektträger ist weiterhin das MWAEV. Kooperationspartner des Projektes sind das Universitätsklinikum des Saarlandes, die MediClin Bosenberg Kliniken St. Wendel, Auveo Hörgeräte und die Systems Neuroscience & Neurotechnology Unit der Hochschule für Technik und Wirtschaft des Saarlandes.

	Einheit	Erstzertifizierung	2019	2020	2021
--	---------	--------------------	------	------	------

Anteil (%) von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)					
	%	0,17	0,13	0,99	1,59

Seit Mitte 2019 ist das Saarland Lizenznehmerin beim deutschlandweiten Kennzeichnungssystem „Reisen für Alle“. Durch ausgebildete Erheber*innen werden touristische Betriebe standardisiert erfasst und mit klaren Qualitätskriterien auf Barrierefreiheit geprüft und bewertet. Die detaillierten und geprüften Informationen zur Barrierefreiheit des Angebotes/Objektes können von den Gästen unter www.reisen-fuer-alle.de eingesehen werden und schaffen so mehr Transparenz und Verlässlichkeit. Im Saarland wurden seit Mitte 2019 insgesamt 28 Betriebe, Freizeiteinrichtungen und andere Objekte zertifiziert. Damit wird dem Gast die Möglichkeit geboten, sich im Vorfeld zur Barrierefreiheit zu informieren und seine Reise zu planen. Um das Projekt weiter zu stärken, wurde ein Dienstleistungsvertrag mit der LAG Pro Ehrenamt geschlossen. In diesem Rahmen wurden touristische Einrichtungen fachkundig zur barrierefreien Ausrichtung beraten und erhoben.

Um über Barrierefreiheit und das System „Reisen für Alle“ zu informieren wurde für touristische Leistungsträger eine Handlungshilfe erstellt. Diese dient als Instrument für die weitere barrierefreie Ausrichtung des eigenen Betriebs. Um die Betriebe in Ihrem Prozess zu unterstützen, wird – nicht zuletzt auf Anregung der TZS hin - auch die „Barrierefreiheit“ im Rahmen des Sonderkonjunkturprogramms gefördert. Etliche Betriebe investieren neben generellen Umsetzungen zur Barrierefreiheit auch in hörunterstützende Technik.

Ein Vorreiter auf dem Gebiet der Barrierefreiheit ist der Nationalpark Hunsrück-Hochwald, der im Rahmen der „UN-Dekade Biologische Vielfalt“ als „Nationalpark für Alle“ ausgezeichnet wurde. Der Nationalpark Hunsrück-Hochwald ist der erste, der dieses Label erhalten hat und daher ein wichtiger Kooperationspartner in dem Themenfeld. Im Rahmen eines gemeinsamen Projektes wurde ein Inspirationsbündel erstellt, das etliche Freizeiteinrichtungen zusammenführt. Im Nationalpark existiert neben einem barrierefreien Naturerlebnisweg für gehbehinderte Menschen auch eine Broschüre in Blindenschrift bzw. in Leichter Sprache und es werden Führungen in Gebärdensprache und/oder mit einer FM-Anlage angeboten.

Anfang 2022 erscheint eine erste Broschüre zum barrierefreien Tourismus im Saarland für Endkunden. Diese dient gerade auch älteren Menschen neben den Internetseiten www.barrierefreies.saarland als wichtige Informationsquelle.

2.5 Nachhaltige Produktbausteine

Die Tourismusverantwortlichen erheben und bewerten regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit ihrer kommunizierten touristischen Angebote

	Einheit	Erstzertifizierung	2021
Anteil der von der DMO auf Nachhaltigkeit bewerteten touristischen Dienstleistungen*	%	0	100
Nachhaltigkeits-Index Produktbewertung	%	79 %	59 %

*bezogen auf die TZS-eigenen Pauschalen, Stand 31.12.2021

Die von TourCert zur Verfügung gestellte Produktbewertung ergab für die TZS einen Nachhaltigkeits-Index von 59%. Dies ist ein deutlich schlechterer Wert im Vergleich zur Bewertung 2018.

Dies kann darin begründet liegen, dass 2021 mit wachsendem Nachhaltigkeitsbewusstsein kritischer bewertet wurde. Die Produktbewertung bezieht sich auf die gesamte Angebots- und Produktpalette der TZS. Die TZS

orientiert sich generell bei der Entwicklung von naturtouristischen Produkten an bestehenden Handlungsleitfäden wie z.B. dem Praxisleitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“.

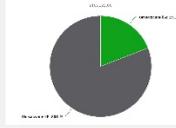
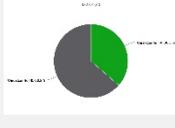
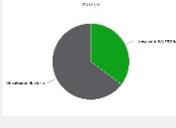
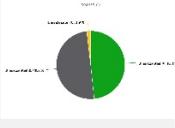
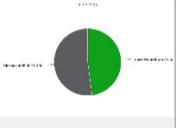
Zusätzlich erfolgte eine Angebotsbewertung aller TZS-eigenen Pauschalen. In der AG „nachhaltige Angebotsgestaltung“ der Exzellenzinitiative entwickelte die TZS zusammen mit weiteren Mitgliedern einen Entwurf eines übersichtlichen Kriterienrahmens für Destinationen. Allerdings liegen zum Zeitpunkt der Berichtsschreibung noch keine finalen Ergebnisse vor. Die Bewertung der TZS-eigenen Pauschalen hinsichtlich Nachhaltigkeit erfolgte daher anhand des [Kriterienrahmens des Instituts für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern](#) (2016). Alle Pauschalen wurden im Dezember 2021 auf die Nachhaltigkeit hin überprüft und Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet. Die Auswertung ergibt einen durchschnittlichen Erfüllungsgrad von rund 70 %. Nach wie vor findet eine Auswahl der Leistungsträger überwiegend anhand von Qualitätsmerkmalen (zielgruppenspezifische Zertifizierung, ServiceQ o.ä.), nicht aber von Nachhaltigkeitskriterien statt. Allerdings werden Partner der Genuss Region Saarland, die ebenfalls Nachhaltigkeitskriterien erfüllen müssen, bevorzugt eingebunden. Auf Anfrage werden - vor allem für Gruppen - maßgeschneiderte Programme erarbeitet, die dann auf Kundenwunsch nachhaltig ausgestaltet sind.

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.

	Einheit	Erstzertifizierung	2018	2019	2020	2021
Durchschnittliche Bettenauslastung	%	38,7	33,9	38,6	27,3	28,1
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tag e	2,9	2,9	2,9	3,2	3,4
Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner (Tourismusintensität)	Anz	3102	3189	3259	2060	n.a.
Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region	€	629.000.000*			672.500.000**	
Touristische Ausgaben pro Besucher pro Tag	€	27,90*			34,70**	
Höhe des Steueraufkommens des Tourismus in Relation zu den Ankünften	%	101,65			140,34	
Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamt arbeitsplätzen	%	2,2 (Vollzeitäquivalente)	4,3	3,9	Die Arbeitsmarktzahlen für 2021 liegen (noch) nicht vor	
Die DMO gibt Auskunft über die wirtschaftliche Stabilität des eigenen Unternehmens.	Ja					

Zusammensetzung des Umsatzes der DMO						
Wirtschaftliche Entwicklung der letzten 3 Jahre des DMO-Umsatzes	€	2.109.125*	682.870**	750.140**	594.655**	440.742 €**
<p>* lt. Avanti Greensoftware (2018), bestehend aus 402.344 € Umsatzerlösen und 1.706.781 sonst. Betrieblichen Erträgen</p> <p>**Ab 2019: Teil A: Marketing, Teil B: Projektbezogene Erträge, Teil C: Sonstige Erträge (nur 2020)</p>						

* Lt. [Sparkassen Tourismusbarometer 2015](#)

** Lt. [Sparkassen Tourismusbarometer 2020](#)

Der Tourismus stellt im Saarland einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Er trägt maßgeblich zum Strukturwandel bei und konnte sich bis zum Beginn der Corona-Pandemie positiv entwickeln. Jedoch blieb das Saarland in puncto Dynamik bereits das fünfte Jahr in Folge hinter der bundesweiten Konkurrenz zurück. Diese Dynamik entspricht durchaus dem in der Tourismuskonzeption 2025 festgeschriebenen Weg. Als oberste Ziele stehen dabei die qualitative Entwicklung des Saarland-Tourismus und die Erhöhung der Wertschöpfung auf der Agenda, nicht der überdurchschnittliche Anstieg der Übernachtungszahlen. Vor Corona wurden die anvisierten jährlichen Zuwächse von rund 1,2 Prozent mit durchschnittlich 2 % sogar deutlich übertroffen. So wurden 2019 erstmals über 3,2 Millionen Übernachtungen gezählt und insgesamt 41,9 Millionen Aufenthaltstage von Tages- und Übernachtungsgästen verzeichnet. Das entspricht rund 114.800 touristischen Aufenthaltstagen pro Kalendertag. Davon entfallen 78,3 % auf Tagesbesucher und 21,7 % auf Übernachtungsgäste. Der Übernachtungsmarkt setzt sich zur Hälfte aus unentgeltlichen Übernachtungen bei Verwandten und Bekannten, ein Drittel aus entgeltlichen Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben, knapp 10 % aus Camping-Übernachtungen und rund 7 % aus Übernachtungen in Privatquartieren zusammen. Mehr Aufenthaltstage sorgen auch für einen höheren Bruttoumsatz im Saarland: Mit 1.453,9 Millionen Euro im Jahr 2019 sind letztlich 74,4 Millionen Euro mehr Bruttoumsatz (+5,4 %) durch den Tourismus ins Saarland geflossen als 2014. Insgesamt summierten sich die touristisch bedingten Einzelhandelsumsätze im Jahr 2019 auf rund 575 Millionen Euro (39,5 %). Dieser im Wettbewerbsvergleich hohe Anteil ist insbesondere auf die Tagesgäste zurückzuführen, denn bezogen auf den Anteil der Gesamtausgaben geben Tagesgäste im Einzelhandel mehr aus als Übernachtungsgäste (rund 50 % gegenüber rund 16 %). Der Umsatzanteil der sonstigen Dienstleistungsbereiche wie Freizeit und Unterhaltung, Eintritte, aber auch Parkgebühren liegt mit 272,8 Millionen Euro bei 18,8 %. Dabei profitieren sonstige Dienstleister anteilig stärker von den Übernachtungsgästen (24,2 %) als von den Tagesgästen (16,5 %).

Der touristische Einkommensbeitrag belief sich auf 672,5. Euro (2,7% des Volkseinkommens im Saarland), das durch den Saarland-Tourismus bedingte Steueraufkommen aus Einkommen- und Mehrwertsteuer (abzüglich Vorsteuer) für das Jahr 2019 auf rund 135 Millionen Euro. Die Anzahl der touristischen Beschäftigten ist hingegen seit 2014 von 33.000 auf rund 31.700 gesunken.

3.2 Saisonalität

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

Gemeinsam mit Tourismusanbieter*innen 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.

	Einheit	Erstzertifizierung (2018)	2019	2020	2021
Monatliche Verteilung der Ankünfte (Durchschnittliche Anzahl der Ankünfte pro Monat)		89.488,75	93.546,92	52.252,83	50.755
Monatliche Verteilung der Übernachtungen (Durchschnittliche Anzahl der Übernachtungen pro Monat)		263.212,92	268.021,25	168.956,12	172.683
Anzahl der Monate in der Hauptsaison (überdurchschn. Anzahl Ankünfte)	Anz	7	6	7	6
Anzahl der Monate in der Hauptsaison (überdurchschn. Anzahl Übernachtungen)	Anz	7	6	7	6

Das statistische Landesamt erfasst monatlich die Anzahl der Tourismusankünfte und -übernachtungen, ebenso den Auslastungsgrad der gewerblichen Unterkunftsbetriebe. Zwar sind die Monate April/Mai bis Oktober die besucherstärksten, trotzdem ist die Saisonalität im Saarland eher schwach ausgeprägt. Trotzdem sollen verstärkt Maßnahmen zur Saisonverlängerung umgesetzt werden. Diese Zielsetzung ist ebenfalls Bestandteil der Tourismuskonzeption 2025. Nachfolgend werden beispielhafte Projekte vorgestellt, die zur Saisonverlängerung beitragen:

- 2020/2021: KurzNahTrip/Tourist in der eigenen Stadt: Mit dem Projekt wird die saarländische Bevölkerung in der eher auslastungsschwachen Zeit mit attraktiven Sonderkonditionen dazu animiert, einen Kurzurlaub (1-2 Nächte) bei den teilnehmenden Übernachtungsbetrieben im Saarland zu verbringen.
- 2021/2022: Geschmackstage „Das Saarland tischt auf“: Während der ersten beiden Wochen nach den Herbstferien präsentieren Genusspartner und weitere Akteure ein „Best of Genuss-Erlebnisse Saarland“ mit gebündelter Kraft und im Rahmen einer Vielzahl an kulinarischen Highlights und Aktionen, die an diesen Tagen quer durch die ganze Region stattfinden.
- 2022: Erlebniswerkstatt: Kreativtechniken zur erfolgreichen Produktentwicklung für Städte und Kulturakteure. Ziel der Werkstatt ist die Befähigung der Akteure zur Entwicklung von Reiseanlässen für die auslastungsschwache Spätherbst- und Wintersaison. Gemeinsam sollen gezielt Genuss- und Kulturerlebnisse, wetterunabhängige Angebote, Kulturveranstaltungen und Stadtentdeckungen entwickelt und sichtbar sowie buchbar gemacht werden.

3.3 Zufriedenheit mit der DMO

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

Die TZS ermittelt im Rahmen der TourCert- und der ServiceQ-Zertifizierung regelmäßig die Zufriedenheit ihrer Geschäftspartner. Grundsätzlich pflegt die TZS einen partnerschaftlichen, kontinuierlichen Austausch mit den touristischen Akteuren und animiert zu konstruktivem Feedback. Die Rückmeldungen aus den Befragungen bestätigen die Zufriedenheit mit der Arbeit und dem Beziehungsmanagement der TZS. Die TZS wird als sehr gut informiert und kompetent wahrgenommen. Gelobt wird ebenso die gute, verlässliche Zusammenarbeit auf einer guten Vertrauensbasis, der freundliche, unkomplizierte und partnerschaftliche Umgang sowie die Lösungs- und Serviceorientierung. Kritisiert wurde, dass manche Prozesse sehr lange dauern und es sehr viele unterschiedliche Ansprechpartner gibt.

	Einheit	Erstzertifizierung	2021
Zufriedenheits-Index Partner*innen, Interessensgruppen	%	52,41	83,00
Rücklaufquote der Befragung der Partner*innen, Interessensgruppen	%	25	23

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.

Die Förderung der regionalen Wirtschaftskreisläufe und das Thema „Regionalentwicklung“ sind im Saarland dem Ministerium für Umwelt- und Verbraucherschutz zugeordnet. Darüber hinaus gibt es verschiedene Regionalvermarktungsinitiativen:

- Ebbes von Hei e.V. (Naturpark Saar-Hunsrück)
- Kultur- und Landschaftsinitiative St. Wendeler Land e.V.
- Bliesgau Obst und Bliesgau Genuss
- Wertvolles aus der Willkommensregion Neunkirchen

Allen Regionalmarken liegen Kriterienkataloge zu Grunde, die den Bezug zur Herkunft der Produkte, zu Qualität und Nachhaltigkeit herstellen. Träger der Regionalmarke sind nicht nur lebensmittelerzeugende oder verarbeitende, sondern auch Gastronomie- und Hotelbetriebe. Die Regionalmarken sind in ihrem Einzugsgebiet mit den regionalen und lokalen Tourismusakteuren gut vernetzt. Mittlerweile werden in zahlreichen Tourist-Informationen auch regionale Produkte vertrieben, u.a. an den vielbesuchten Standorten Saarbrücken, Saarlouis, Bostalsee, Losheim, Tholey und Saarschleife.

Zudem hat die TZS mit der „Genuss Region Saarland“ sowohl Qualitätskriterien als auch für das Saarland typische Leitprodukte und -gerichte festgelegt. Die mittlerweile über 60 Restaurants, Hotels und Lebensmittelproduzenten bzw. verarbeitenden Betriebe der Genuss Region Saarland werden in ein reichweitenstarkes Marketing eingebunden: So stellt die TZS über www.genuss.saarland und die Rubrik „Essen & Trinken“ Mitglieder der Genuss Region und typisch saarländische Produkte und Gerichte vor. Ebenso informiert die Seite über Restaurants und Hofläden/Direktvermarkter sowie über Genussveranstaltungen und kulinarische Reisebausteine. Darüber hinaus veröffentlicht die TZS jährlich eine Genussbroschüre und spezielle Flyer, beispielsweise zu den kulinarischen Veranstaltungen im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Kulinarische Reise durch das Saarland...dem Genuss auf der Spur“. Die Angebote der Genuss-Partner werden im Rahmen der Pressearbeit der TZS, über Medienkooperationen und Social-Media-Kanäle kommuniziert, z.B. im Rahmen des wöchentlichen tasty Tuesday auf Instagram. Bei Pressereisen zum Thema „Kulinarik“ werden bevorzugt die Genuss-Partner ausgewählt. Gemeinsam mit dem Genuss-Partner *Rimoco Gewürzmanufaktur* hat die TZS eine „Saarland-Gewürzrolle“ für Geschäftspartner entwickelt. Kleine „Dibbelabbes“-Gewürzmischungen werden als Give-Aways auf Messen ausgegeben, Glühweingewürzmischungen als Weihnachtsgeschenke an alle Saarland Card Partner überreicht. Ebenso gibt es unterjährig über den TZS-Newsletter Gewinnspiele und Sonderaktionen mit Genusspartnern. Darüber hinaus ermöglicht die TZS kostengünstige Messe- und Roadshowbeteiligungen für die Netzwerkpartner.

Die TZS fördert zudem die Professionalisierung und Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Produzenten und Veredlern werden über das Netzwerk neue Geschäftskontakte und Absatzwege ermöglicht. Gastronomen wiederum finden neue Lieferanten. Kooperationspartner wie *Rewe Südwest*, der Feinkostladen „Saar-Lor-Deluxe“ und die *SBG Saarländische Bio-Großhandels GmbH* sorgen ebenfalls für neue Absatzwege. Gemeinsam entwickeln die Partner touristische Angebote und profitieren so von der steigenden Nachfrage nach typisch Regionalem und Genusserlebnissen. Die Partner der Genuss Region Saarland verpflichten sich zur Einhaltung strenger Qualitätskriterien und Unterschreiben einen Kooperationsvertrag. Im Jahr 2020 erarbeitete man in einem partizipativen

Prozess ein gemeinsames Leitbild und die Grundlagen einer wertebasierten Kommunikationsstrategie. Ebenso erfolgte ein Logo-Relaunch. Das Netzwerk trifft sich zweimal jährlich zu Vernetzungstreffen, darüber hinaus finden projektbezogene Arbeitsgruppen oder Strategieworkshops statt. Zu diesen Terminen werden auch die Trägerorganisationen der saarländischen Regionalvermarktungsinitiativen, das Umweltministerium, Slow Food Saarland und die Landwirtschaftskammer eingeladen, sodass ein steter Austausch gewährleistet wird. Unter Federführung der Saarschleifenland Tourismus GmbH wurde im Rahmen eines LEADER-Projektes modellhaft ein Handlungskonzept und die Aufgabenteilung zwischen Landesmarketingorganisation, regionaler Tourismusorganisation und Regionalvermarktungsinitiative erarbeitet. Dieses Projekt mündet nun in einem Kooperationsvertrag zwischen TZS, Saarschleifenland Tourismus GmbH und Ebbes von Hei e.V. Für das Jahr 2022 ist die Implementierung des Ansatzes auf weitere Regionen im Saarland geplant, um so eine stärkere Einbindung der regionalen Tourismusorganisationen und Regionalvermarktungsinitiativen zu erreichen.

Neben der Genuss Region Saarland bildet seit 2015 der „Genuss Gastwirt Wettbewerb“ eine wichtige Säule zur Sensibilisierung der Restaurantbetriebe für regionale Produkte. Der Wettbewerb findet alle zwei Jahre statt. Restaurantbetriebe sind aufgerufen, sich mit einem Rezept zu bewerben, das traditionellen saarländischen Gerichten unter Einbezug regionaler Produkte zu neuem Glanz verhilft. Mit der saarländischen Aktion soll der Trend zur regionalen Küche weiter verstärkt und die Gastronomie zur Verwendung regionaler Produkte angeregt werden. Der Wettbewerb Genuss-Gastwirt ist eine Gemeinschaftsaktion von Wirtschaftsministerium, TZS und DEHOGA Saarland.

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.*

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.

Die TZS hat sich als Landesgesellschaft an geltendes Recht, Richtlinien und Vorschriften zu halten, z.B. an das Vergaberecht und an das Tariftrüegegesetz. Über die rechtlichen Grundlagen hinaus hat die TZS hinsichtlich der Beschaffung von Verbrauchsgütern Kriterien für die nachhaltige Beschaffung definiert. Im Mitarbeiterhandbuch wird auf den [Kompass Nachhaltigkeit von Engagement Global](#) als Orientierung für nachhaltige Beschaffung verwiesen. Bisher kontrolliert das Nachhaltigkeitsteam die Ausschreibungen und Vergaben im Hinblick auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitsaspekten noch nicht. Die Rückmeldungen aus dem Team zeigen, dass in der Praxis noch nicht bei allen Ausschreibungen explizite Nachhaltigkeitskriterien bzw. Nachhaltigkeit als Zuschlagskriterium definiert werden. Als Best-Practice kann hier die Neuauflage der Werbemittel der Genuss Region Saarland herangezogen werden, bei der Nachhaltigkeit ein Zuschlagskriterium war.

Beim Einkauf von Büromaterialien sowie bei der Beauftragung von Druckerzeugnissen haben sich Nachhaltigkeitskriterien hingegen bereits gut etabliert. So wird ausschließlich Blauer Engel-zertifiziertes Druckerpapier eingekauft und Print-Produkte der TZS ausschließlich auf Blauer-Engel-Papier und von EMAS-zertifizierten Druckereien gedruckt. Die Saarland-Tragetaschen sind aus Oeko-Tex-Baumwolle hergestellt. Die mit der Fertigung beauftragte Firma musste einen Nachweis darüber erbringen, dass die SA 8000:2008 Standards eingehalten werden. Auch die Give-Aways und Werbegeschenke wurden unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit umgestellt, z.B.

- Seedballs mit Samen für essbare Blüten in Bioland Qualität in einer Pergamenthülle aus Recyclingpapier; verpackt und hergestellt von der Lebenshilfe Obere Saar e.V.
- BIO-Gewürzmischung „Dibbelabbes“ von der Rimoco Gewürzmanufaktur (Partner der Genuss Region Saarland)

Mineralwasser (Hochwald Quelle) und Kaffee sowie Milchprodukte werden regional oder in Bio-Qualität bezogen. Bei der Beauftragung von Cateringfirmen für Veranstaltungen werden regionale Firmen, die ihre Produkte weitestgehend von regionalen Produzenten beziehen, bevorzugt.

	Einheit	Erstzertifizierung 2019*		2020*
Anteil (%) regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte	%	64,10*	49,15 %**	45 %**

* Datenbasis = GuV 2016, Gesamtausgaben für Beschaffungsgüter: 350.884 €

*Erhebung anhand Auswertung der Eingangsrechnungstabelle, die nicht nur Beschaffungsgüter, sondern alle Ausgaben – jeweils ohne Reisekostenabrechnungen und Ausgaben für Lebensversicherungen der Mitarbeitenden enthält: 2019 = 1.446.511,48 €, 2020 = nach dem Gesichtspunkt der Regionalität (Beauftragung von Akteuren aus dem Saarland) und Nachhaltigkeit, z.B. Umsätze Deutsche Bahn

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.

	Einheit	Erstzertifizierung	2019	2020
Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen (Erwerbstätige)	Anz	33.500*	18.109	16.015
Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe	Anz	619	473	395
Anzahl der Beherbergungsbetriebe gemäß statist. Landesamt und Unternehmensregister zum jeweiligen Stichtag 31.12.	Anz	325	324	303
Anzahl der Beschäftigten in anderen touristischen Bereichen	Anz	In obiger Kennzahl inkludiert: Kennzahl aus Tourismusbarometer	4.888	4.564

Aktuelle Daten zur Beschäftigung im Tourismus werden vom statistischen Landesamt erhoben und verwaltet. Die TZS arbeitet in Fragen zur Beschäftigung mit den entsprechenden Branchenverbänden (DEHOGA und IHK Saarland) sowie den zuständigen politischen Institutionen (MWAEV) zusammen. Obwohl die TZS als LMO kein offizielles Mandat für Beschäftigungsthemen hat, wird insbesondere der Fachkräftemangel und damit verbundene Aufgabenstellungen wie Mitarbeiterqualifizierung, -weiterbildung und -bindung als eigene Aufgabenstellung wahrgenommen. Die TZS organisiert Schulungen und Webinare, aber auch Kampagnen. So wurde im November und Dezember 2021 ein Videokonzept erarbeitet und umgesetzt, das die Genuss Region Saarland auch als attraktiven Arbeitgeber darstellt. Dieses Video wird für eine Kommunikationskampagne im Jahr 2022 verwendet und steht den teilnehmenden Betrieben für die Ansprache von Fachkräften zur Verfügung. Laut Sparkassen Tourismusbarometer 2020 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im saarländischen Gastgewerbe 2019 zum 13. Mal in Folge. Gleichzeitig sank die Zahl der geringfügig entlohnten Beschäftigten seit 2017 konstant. Durch die Corona-Pandemie wurde dieser Trend gestoppt und sogar umgekehrt.

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.

	Einheit	Erstzertifizierung	2021
Anteil der als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche	%	66,98 %	76,30 %

Über 75% der saarländischen Landschaft (1961,88km²) stehen unter Naturschutz. Dazu zählen neben den drei Großschutzgebieten (Biosphärenreservat Bliesgau, Naturpark Saar-Hunsrück und Nationalpark Hunsrück-Hochwald) auch über 120 Naturschutzgebiete.

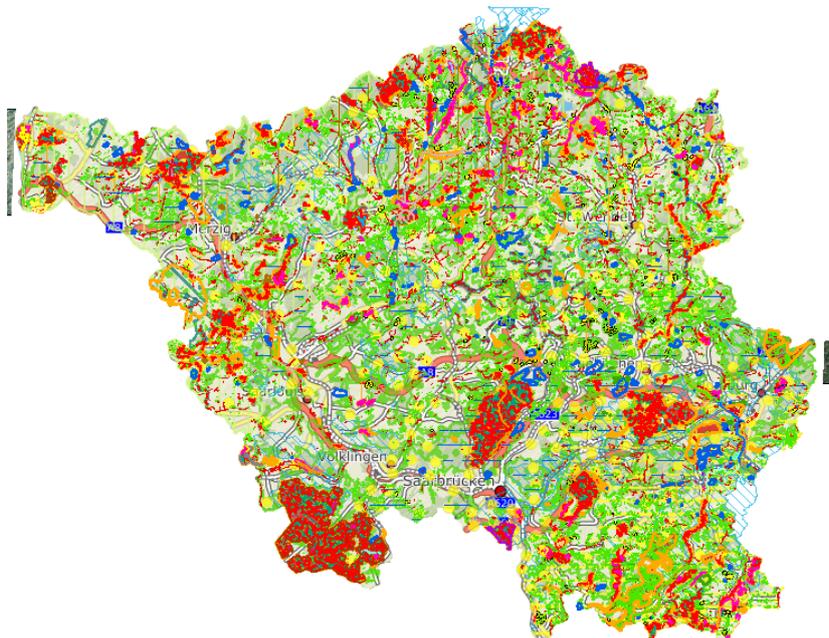


Abbildung 1: Als Schutzgebiete ausgewiesene Flächen im Saarland (Quelle: Geoportal Saarland)

Über Projektkreise und weitere Gremien besteht ein regelmäßiger Austausch mit den Akteuren des Umwelt- und Naturschutzes. Außerhalb dieser Gremien wird die TZS durch das Umweltministerium und die Verwaltungen der saarländischen Großschutzgebiete über die sensiblen Naturräume in der Destination informiert und kennt die durch den Tourismus verursachten Belastungen bzw. negativen Effekte. Ebenso werden entsprechende Rückmeldungen von touristischen Akteuren und Gästen erfasst. Diese werden mit den zuständigen Akteuren diskutiert und konstruktive Lösungen gefunden, um Tourismus und Naturschutz in Einklang zu bringen. Als gute Beispiele sind hier die „Runden Tische“ für Kanu und MTB zu nennen.

Die größten Belastungen für Natur und Umwelt durch den Tourismus gibt es im Saarland durch die Lärm- und Emissionsbelastung des Individualverkehrs. Ebenso muss kontinuierlich für die Einhaltung des Wegegebotes und die Nutzung der ausgewiesenen Parkflächen bzw. die Anreise mit dem ÖPNV sensibilisiert und informiert werden. Die TZS vermarktet nur ausgewählte Wander- und Radwege, die einen hohen Qualitätsstandard vorweisen können und mit den zuständigen Natur- und Umweltbehörden abgesprochen wurden, z.B. Premiumwanderwege und



ADFC-zertifizierte Radrouten. So werden durch die qualitative Besucherlenkung und Kommunikation naturschutzfachlich sensible Gebiete geschont.

Während der Corona-Pandemie kam es zu einem höheren Besucherdruck, was vereinzelt in besonders sensiblen Gebieten zu einer temporären Überlastung führte. Dazu gehört insbesondere die Saarschleife als nationales Geotop und auch das FFH-Gebiet rund um den Orchideenpfad in Gersheim. Auch hier wurde durch Kommunikationsmaßnahmen, aber auch durch den verstärkten Einsatz von Rangern sowie Natur- und Landschaftsführern vor Ort Abhilfe geschaffen.

Trotz vereinzelter Negativ-Effekte wird im Saarland weiterhin auf das Konzept „Schutz durch Nutzung“ gesetzt. Dies wird von den entsprechenden Akteuren aus Natur- und Umweltschutz unterstützt. Durch das Erfahren und Erleben der Natur und Umwelt erfolgt eine stärkere Wertschätzung bzw. auch eine Sensibilisierung für den Schutzwert der Natur. Darüber hinaus wurden in den letzten Jahren ausgehend von touristischen Initiativen Natur- und Kulturlandschaft durch Wege, Lehrpfade oder Aussichtspunkte und Informationszentren in Wert gesetzt. Natur ist weiterhin ein Imagethema für die Ansprache der Gäste, aber auch der Saarländer. Die TZS und weitere touristische Akteure arbeiten gemeinsam mit dem MUV an einer Kommunikationskampagne, die insbesondere die saarländischen Waldnutzer adressiert. Stichworte sind: Fairness untereinander, Rücksichtnahme gegenüber Mensch und Natur etc. Durch gezielte Kampagnen wird so die Identifikation der Saarländer mit und die Wertschätzung von regionalen Naturräume gefördert.

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.

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

Über die Projektkreisarbeit der TZS, insbesondere im Projektkreis Natur und projektbezogen auch in den Projektkreisen Wandern und Radfahren, erfolgt ein kontinuierlicher Austausch mit Akteuren des Natur- und Umweltschutzes. Darüber hinaus gibt es für den Nationalpark Hunsrück-Hochwald und das Biosphärenreservat Bliesgau jeweils Marketingteams, die sich aus Akteuren des Tourismus und des Natur- und Umweltschutzes zusammensetzen. Ziel ist es, den Tourismus so zu entwickeln, dass sensible Lebensräume nicht gefährdet werden. In der Biosphäre Bliesgau existiert beispielsweise eine Arbeitsgruppe „Kanu“, die sich explizit mit dem Konfliktfeld der Befahrung der Blies, einem wichtigen Biotop für verschiedenste Tiere und Pflanzen, befasst. Gemeinsam mit den Naturschutzverbänden wurde eine naturverträgliche Möglichkeit der touristischen Nutzung der Blies gefunden: Das Angebot „Paddelspaß mit Paddelpass“ wird nur in Begleitung eines zertifizierten Natur- und Landschaftsführers durchgeführt, der über den sensiblen Lebensraum informiert und darauf achtet, dass Naturschutzregeln eingehalten werden. Ebenso wurde zu Beginn der Erarbeitung eines Mountainbike-Wegekonzeptes für das Saarland der sogenannte „Runde Tisch Mountainbike“ ins Leben gerufen, in welchem sowohl MTB-Vereine, Touristiker, aber auch Umwelt- und Wirtschaftsministerium zusammenkommen, um die Ansprüche unterschiedlicher Nutzergruppen und des Naturschutzes in Einklang zu bringen.

Ein weiteres Beispiel ist das Projekt „Wandern mit Hängematte“. Wanderer können an ausgewählten Verleihstellen Hängematten mit baumschonender Aufhängung ausleihen und darin an markierten Standorten, sogenannten Baumelstationen, entspannen und die Natur genießen. Der Leihvertrag beinhaltet die Anerkennung von Naturschutzregeln. Die Standorte der Baumelstationen wurden gemeinsam mit dem Forst ausgewählt und vom Landesamt für Umwelt- und Arbeitsschutz freigegeben.

Dort, wo sich Anknüpfungspunkte ergeben, werden gemeinsam Projekte bzw. Marketingmaßnahmen mit den Akteuren aus Umwelt- und Naturschutz umgesetzt: 2021 wurde eine eigene Landingpage [„Rücksichtsvoll durch's](#)

[Saarland](#)“ erstellt und kommuniziert. Ein weiterer Meilenstein war die Produktion eines [Videoclips](#) zu einem naturverträglichen Aufenthalt im Nationalpark Hunsrück-Hochwald. Der Clip wurde in Zusammenarbeit mit dem Nationalparkamt produziert und 2021 mit einer crossmedialen Videokampagne beworben.

Eine enge Zusammenarbeit besteht darüber hinaus durch das Netzwerk Hören bei der Etablierung barrierefreier, insbesondere hörfreundlicher Angebote im Nationalpark und dem Biosphärenreservat Bliesgau.

5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

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

Für das Saarland existiert eine Biodiversitätsstrategie, in die ein Maßnahmenplan integriert ist. Diese Biodiversitätsstrategie aus dem Jahr 2017 ist jederzeit öffentlich einsehbar. Ebenso wurde 2021 eine Biodiversitätsstrategie für den Staatswald des Saarlandes publiziert.

Bei Projekten zur touristischen Weiterentwicklung des Saarlandes als Naturerlebnisdestination arbeitet die TZS eng mit den Naturschutzverbänden, dem Umweltministerium und den Schutzgebietsverwaltungen zusammen, damit die Belange für den Naturschutz und den Schutz der Biodiversität Berücksichtigung finden. Auch touristische Leistungsträger und regionale bzw. kommunale Tourismusorganisationen sind dazu angehalten, sich für den Schutz von Ökosystemen zu engagieren. Dafür tritt die TZS vor allem beratend in Erscheinung, spricht Möglichkeiten zum Schutz von Ökosystemen und gefährdeten Tier- und Pflanzenarten an und entwickelt die Angebote gemeinsam mit den Leistungsträgern so, dass die negativen Auswirkungen auf die Natur minimiert werden. Schließlich sind die Naturräume an sich das größte touristische Pfund der Destination Saarland und dieses gilt es zu schützen. Darüber hinaus vermittelt die TZS Kontakte zu den entsprechenden Naturschutzakteuren. Die TZS bewirbt verschiedene Angebote, die es den Gästen und der einheimischen Bevölkerung ermöglichen, die biologische Vielfalt der Region zu erleben. Diese Angebote wurden von den Naturschutzakteuren alleine oder gemeinsam mit Touristikern entwickelt. Dazu gehören insbesondere die Veranstaltungen des NABU und der Nationalen Naturlandschaften im Saarland. Diese umfassen z.B.

- Aktivitäten der Natur- / Umweltbildung und -beobachtung, z.B. Rangertouren, Fledermauswanderungen
- Körperliche Aktivitäten in der Natur und Selbsterfahrungsaktivitäten, z.B. Wildniscamps im Urwald vor den Toren der Stadt und dem UNESCO-Biosphärenreservat Bliesgau, Angebot „Floß der Nachhaltigkeit“
- Aktivitäten zur Gesunderhaltung in der Natur, z.B. Meditative Pilgerwanderung, Waldbaden
- Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung regionaler Identität, z.B. Erlebnis Imkerei, WaldWerken
- Barrierefreie Naturerlebnisangebote des Netzwerk Hören, z.B. Wanderung mit Hörkomfort

Dadurch wird sichergestellt, dass die Angebote von umweltverträglichen Tourismusaniern kommen und das Naturerlebnis im Vordergrund steht. Zusätzlich prüft die TZS bei individuellen Angeboten, ob es eine entsprechende Besucherlenkung und -information gibt, keine umweltschädlichen Aktivitäten damit verbunden sind (z. B. Quadfahren o.ä.) und sich auch die Anbieter für Nachhaltigkeit engagieren.

Das Projekt *Gesundes Licht für Natur und Mensch* im Landkreis St. Wendel hat das Ziel, durch den Einsatz von gesundem Licht die nächtliche Lichtverschmutzung zu minimieren und damit die Lebensbedingungen für Natur und Mensch zu verbessern. Das langfristige Ziel besteht in der Zertifizierung als „Dark Sky Community“. Ebenso wird angestrebt, die Informationen für eine nachhaltige und umweltgerechte Beleuchtung in allen Gemeinden des

Saarlands zu verbreiten. Durch das Projekt wird das Sankt Wendeler Land zum „Sankt Wendeler SternenLand“, denn hier finden Besucher und Einheimische immer besser werdende Bedingungen zur Beobachtung der Sterne und des Nachthimmels vor.

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.*

Die Aufwertung der saarländischen Ortsbilder ist in der Tourismuskonzeption Saarland 2025 als Aufgabenschwerpunkt festgelegt. „2025 sollen diese wichtigen „Visitenkarten“ mit hoher Aufenthaltsqualität punkten und eine Willkommensstruktur sowie den Saarland-Charme in allen Facetten ausstrahlen.“ Dies bedeutet regionaltypische Landschaftselemente sollen erhalten und touristisch in Wert gesetzt, Beeinträchtigungen des Landschaftsbildes vermieden und sich für eine naturnahe und regionaltypische Gestaltung von Flächen eingesetzt werden. Zur Erreichung dieser Zielsetzung ist eine grundsätzliche Problemsensibilisierung bei den Entscheidungsträgern der Kommunen unerlässlich. Die Federführung für diese Aufgabe übernimmt gemäß der Konzeption der Saarländische Städte- und Gemeindetag. In projektbezogenen Kooperationen werden gemeinsam mit den Partnern (IHK, Einzelhandelsverband, TZS, Architektenkammer des Saarlandes, Saarland-Marketing, Umwelt-, Wirtschafts- und Innenministerium) Lösungsansätze und Maßnahmen entwickelt. Im Jahr 2019 fand auf Initiative der TZS die konstituierende Sitzung des Tourismusausschusses des Saarländischen Städte- und Gemeindetages und des Landkreistages Saarland statt.

Die TZS unterstützt die Bemühungen auf Landesebene mit der Koordination des Projekts „Atmosphäre Check – Ambiente und Lebensqualität in saarländischen Gemeinden“. Dabei handelt es sich um eine Vor-Ort-Analyse, die interessierten Kommunen ihre Atmosphäre-Träger und Atmosphäre-Killer aufzeigt. Im Anschluss daran werden schnell umzusetzende Maßnahmen zur Verbesserung der Attraktivität festgelegt. Das Projekt wird gemeinsam mit Frau Dr. Heike Glatzel von der FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatungs-GmbH durchgeführt. Um Bürgermeister und Ortsräte für das Projekt zu gewinnen, ist Frau Grauvogel regelmäßig auf Sitzungen präsent und wirbt in Einzelgesprächen für den Atmosphäre Check. Im Jahr 2017 wurde dazu zusammen mit der Architektenkammer des Saarlandes eine eintägige Fachexkursion für die Kommunen durchgeführt. Für den Erfolg des Projektes ist nicht zuletzt das 2019 gestartete und bis 2022 laufende Förderprogramm „Richtlinie zur Aufwertung der Ortsbilder saarländischer Kommunen“ des MWAEV verantwortlich. Darüber können kleinere Maßnahmen, die über den Atmosphäre-Check entwickelt wurden, gefördert werden. Ebenso zum Erfolg beigetragen hat die LEADER-Förderung der Umsetzung des Atmosphäre-Checks in allen Kommunen des Landkreises Merzig-Wadern. Zum Stichtag 31.12.2020 haben 21 (von 52) Gemeinden den Atmosphäre-Check durchgeführt. Neun Fördereinträge wurden bisher positiv beschieden.

Bei tourismusrelevanten Projekten und Planungen zu Veränderungen des natürlichen und regionaltypischen Landschafts- und Ortsbildes erhält die TZS als Träger öffentlicher Belange die Möglichkeit, Stellungnahmen abzugeben. Dort setzt sich die TZS für den Erhalt und die touristische Inwertsetzung von regionaltypischen Landschaftselementen, für die Vermeidung von Beeinträchtigungen des natürlichen Landschaftsbildes, die Planung ausreichender Freiflächen sowie eine naturnahe, regionaltypische Gestaltung der Flächen ein.

Gemeinsam mit den Regionalvermarktungsinitiativen, insbesondere auf der Gebietsfläche des Naturparks Saarhunsrück und des UNESCO-Biosphärenreservats Bliesgau, setzt sich die TZS für die Entwicklung von touristischen Angeboten ein, die die regionaltypischen Kulturlandschaften (z.B. Streuobstwiesen) in Wert setzen und erhalten. Beispielhaft können die Entwicklung der Viezstraße im Landkreis Merzig-Wadern oder die Entwicklung von kulinarischen Wanderungen mit Natur- und Landschaftsführern im UNESCO-Biosphärenreservat Bliesgau genannt werden.

5.5 Regional abgestimmte Besucher*innen-Lenkung

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

Die TZS koordiniert im Rahmen der Projektkreise Wandern und Radfahren die Angebotsentwicklung sowie den Ausbau und die Qualitätssicherung der touristischen Wegeinfrastruktur. Die Entwicklung erfolgt in engem Austausch mit den zuständigen (Naturschutz-)Behörden. Gemeinsam mit den touristischen Akteuren der Landkreise wurde ein einheitliches Beschilderungssystem entwickelt. Mit Ausnahme der Themenwege und des Moselsteigs sind alle touristisch beworbenen Wanderwege als Premiumwanderwege zertifiziert und garantieren dadurch ein einheitliches sowie vor allem nutzerfreundliches und übersichtliches Wegeleitsystem. Dadurch wird ebenfalls gewährleistet, dass nur naturbelassene, landschaftstypische Wege mit hohem Pfadanteil beworben werden. Die Wege sind – wo immer möglich – gut an den ÖPNV angeschlossen. An den Startpunkten der Wander- und Radwege finden sich große Portalleittafeln und entlang der Wegeinfrastruktur gibt es ein überwiegend einheitliches, nutzerfreundliches und übersichtliches Leitsystem, Rast-, Aussichts- und Beobachtungsmöglichkeiten sowie Hinweisschilder und Infotafeln. Darüber hinaus sind alle Wege auch digital in der „Saarland Touren App“ sowie den gängigen Portalen outdooractive und komoot veröffentlicht. Das Wegemanagement der TZS ermöglicht ein kontinuierliches Monitoring, sodass Missstände frühzeitig erkannt und behoben werden können.

Die Handlungsfelder der TZS beziehen sich vorrangig auf die Produkt- und Angebotsentwicklung sowie die Kommunikation und Information der Besucher. Sie kommuniziert Verhaltensregeln in ökologisch sensiblen Gebieten und sensibilisiert auch Reiseleiter und Gästeführer für ein angemessenes, rücksichtsvolles Verhalten in der Natur. Beispiele hierfür sind in Kapitel 5.2 *Kooperation mit Naturschutzakteuren* benannt. Des Weiteren informiert und sensibilisiert sie auch Touristiker zur Besucherlenkung, beispielsweise im Rahmen des Projektkreises Naturtourismus oder in Form von Webinaren. So standen beide Projektkreissitzungen im Jahr 2021 unter dem Schwerpunktthema „Besucherlenkung“. Dort wurden digitale Besucherlenkungsinstrumente wie komoot oder outdooractive sowie das Projekt „Digitize the Planet“ vorgestellt und es gab Impulsvorträge, z.B. von der Naturwacht und vom Geschäftsführer der Saarpfalz Touristik, der an der Entwicklung des DTV-Leitfadens zur Besucherlenkung beteiligt war.

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.

Die TZS hat ihre Büroräume gemietet und koordiniert keine öffentlichen Flächen.

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.

In der bisher gültigen saarländischen Nachhaltigkeitsstrategie beschreibt Handlungsfeld 4 "Klima- und Ressourcenschutz" die Ausgangslage, Nachhaltigkeitsziele, Maßnahmen und Projekte. Eine Adaption für den Tourismus existiert derzeit nicht. Die TZS hatte Gelegenheit, sich beim Projekt „Klima Saar“ einzubringen und Handlungsempfehlungen an das zuständige Institut weiterzugeben.

Ohne zusätzliche finanzielle Ressourcen, z.B. über Förderprogramme des Bundes, können keine wegweisenden eigenen Projekte umgesetzt werden. Die TZS hat sich daher sowohl 2020 wie auch 2021 mit einem Projektantrag zur Strategieentwicklung im Rahmen des Förderprogramms „Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) beworben, erhielt jedoch keine Zusage. Derzeit befindet man sich mit weiteren Mitgliedern der „Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele“ in einem Abstimmungsprozess, um einen Teil des ursprünglich angedachten Projektumfangs trotzdem gemeinsam umsetzen zu können.

Auch auf Landesebene bemüht sich die TZS weiterhin um die Bereitstellung zusätzlicher personeller und finanzieller Ressourcen, um das Handlungsfeld des Klimaschutzes und Klimawandels zu bearbeiten. So brachte sie sich aktiv in den partizipativen Prozess zur Fortschreibung der Nachhaltigkeitsstrategie ein, da das Umweltministerium für die Leuchtturmprojekte eine besondere Unterstützung zusagte. Die TZS reichte daraufhin vier Projektvorschläge ein. Zwei davon wurden im November 2021 „als Leuchtturmprojekte des Cluster C: Klimaschutz“ ausgezeichnet. Die weitere Umsetzung bzw. der Umfang der Unterstützungsleistungen durch die Landesregierung wurde zu diesem Zeitpunkt jedoch nicht weiter konkretisiert. Birgit Grauvogel befindet sich seitdem in Abstimmungen mit den zuständigen Referaten im Wirtschaftsministerium und hat dazu bereits bei Wirtschaftsministerin Anke Rehlinger vorgesprochen. Da im Frühjahr 2022 im Saarland Landtagswahlen anstehen, ist eine vorherige Entscheidung über den Umfang der Unterstützung unwahrscheinlich.

Konkret geht es bei den beiden Projekten um die Entwicklung einer „Klimaschutzstrategie für den Saarlandtourismus“ sowie die Weiterentwicklung der nachhaltigen Mobilität bis hin zu einer „Mobilitätsgarantie für touristische Gäste“. Im Rahmen des Projekts zur Entwicklung einer Klimaschutzstrategie für den Saarlandtourismus soll Klimaneutralität gemäß dem Prinzip „vermeiden – reduzieren – kompensieren“ in einem mehrstufigen Prozess umgesetzt werden. Dieser umfasst die Berechnung des CO₂-Fußabdrucks, erarbeitet darauf aufbauend eine Strategie zur Reduktion der tourismus-induzierten Treibhausgasemissionen und ein Kompensationsmodell zum Ausgleich nicht vermeidbarer Emissionen. Ziel ist es, durch die Kompensation einen Beitrag zum Klimaschutz im Saarland zu leisten und neue regionale Klimaschutzprojekte zu ermöglichen.

Touristische Destinationen können eine Vorbildfunktion haben, wenn sie alternative Mobilitätskonzepte anbieten. Hier setzt das Projekt „Mobilitätsgarantie für touristische Gäste“ an. Zur Sicherstellung der Mobilität vor Ort sollen im Rahmen des Projektes innovative, intermodal nutzbare Mobilitätsangebote als Ergänzung zum ÖPNV entwickelt, erprobt und umgesetzt sowie die Angebotsqualität des ÖPNV im Hinblick auf die Ansprüche der freizeittouristischen Gäste optimiert werden.

Die Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele hat in ihrer letzten Netzwerksitzung „Klimaschutz“ und „Klimawandelanpassung“ als Schwerpunktthemen für das Jahr 2022 festgelegt. Als Mitglied der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele wird sich die TZS also zumindest in diesem Rahmen intensiver mit dem Thema befassen.

Um Klimaschutz und Klimawandel erlebbar zu machen, hat das Nationalparkamt Hunsrück-Hochwald entlang der Traumschleife „Börfinker Ochsentour“ einen digitalen Klimawandelweg entwickelt. Über die Nationalpark-App werden entlang von neun informativen und unterhaltsamen Stationen viele Themen rund um Klimawandel und Natur veranschaulicht.

Die TZS-Webseite unter www.urlaub.saarland ist klimaneutral gehostet.

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.

Die TZS unterstützt und befürwortet die Entwicklung nachhaltiger Mobilitätskonzepte, z.B. den Biosphärenbus 501 von Homburg nach Kleinblittersdorf, den Radbus R100 von Losheim nach Merzig oder die Anerkennung des Biosphärenreservats Bliesgau als *Fahrtziel Natur-Gebiet*, dessen Weiterentwicklung ebenso wie weitere nachhaltige Mobilitätsangebote in den Sitzungen des *Teams Marketing Biosphäre Bliesgau* besprochen wird. Bei diesen sind regelmäßig auch Vertreter der Abteilung ÖPNV der Kreisverwaltung für den Saarpfalz-Kreis anwesend. Gemeinsam werden jährlich die Prospekte „Wandern mit Bus und Bahn“ sowie „Biosphäre erfahren – mit Bus

und Bahn den Bliesgau entdecken“ aufgelegt. Der Saarpfalz-Kreis ist in Sachen nachhaltige Mobilität als Vorreiter zu sehen.

Wandern und Radfahren sind wichtige Säulen des Saarlandtourismus. In der Tourismuskonzeption 2025 ist der Ausbau der alternativen Mobilitätsangeboten für Rad- und Wandertouristen als Ziel formuliert. Es geht dabei insbesondere um die Anbindung der Rad- und Wanderwege an die öffentlichen Verkehrsmittel, sowohl in Bezug auf Fahrplan- und Taktgestaltung als auch in Bezug auf die Ausstattung der Fahrzeuge. In Zusammenarbeit mit dem saarländischen Verkehrsverbund saarVV wurden alle touristischen POI's im Saarland mit den entsprechenden Haltestelleninformationen in deren Fahrplanauskunft verknüpft, sodass der Nutzer dort lediglich die Attraktion als Ziel angeben muss, damit das System automatisch die passenden Verbindungen zur nächstgelegenen Haltestelle anzeigt. So ist es für die Leistungsträger und Mitarbeiter der Tourist-Informationen einfach, Gäste zum vorhandenen ÖPNV-Angebot zu beraten. Zur kontinuierlichen Weiterentwicklung der Angebotsqualität im ÖPNV und zur Intensivierung der Zusammenarbeit der Akteure wurde der Steuerungskreis „Tourismus & ÖPNV“ im Jahr 2019 ins Leben gerufen. Er besteht aus Vertretern des MWAEV, des Zweckverbands Personennahverkehr Saarland, der saarländischen Nahverkehrs-Service GmbH/SaarVV und der TZS. Die auf dieser Ebene identifizierten Handlungsfelder, Themen und Projektideen werden den jeweiligen Akteuren (Landkreise, Kommunen, Verkehrsunternehmen etc.) gezielt kommuniziert. Der Steuerungsgruppe kommt somit eine koordinierende, beratende und impulsgebende Funktion zu. Im Jahr 2020 erfolgte eine Bestandsaufnahme der Angebotsqualität des ÖPNV im Hinblick auf die Erreichbarkeit der touristischen Hotspots im Saarland. Die Erkenntnisse daraus sowie die abgeleiteten Verbesserungsbedarfe wurden in den Verkehrsentwicklungsplan des Saarlandes aufgenommen. Darüber hinaus gibt es auch regional organisierte Verbesserungen: So ist das saarländische Wahrzeichen, die Saarschleife, seit etwa zwei Jahren – dank einer Initiative der TZS - auch am Wochenende wieder mit dem ÖPNV erreichbar.

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.

	Einheit	2017	20xx	20xx
Verteilung der Verkehrsmittelwahl bei Gästekünften aus dem Umweltverbund	%	15 %	Seitdem ist keine permanente Gästebefragung mehr erfolgt.	

Die letzte Gästebefragung (Befragungszeitraum: September 2016 bis August 2017) zeichnet ein klares Bild zum Thema „Mobilität im Saarlandtourismus“: Knapp drei Viertel aller Gäste reisen mit dem eigenen PKW an. Auf die Verkehrsmittel des Umweltverbundes entfallen knapp 15%: 12% reisen mit der Bahn, 2% mit dem Bus und 1% mit dem Fahrrad an. Weitere 2% erreichen das Saarland mit dem Flugzeug. Auch während des Aufenthaltes spielt das eigene Auto nach wie vor eine wichtige Rolle. Dies zeigt exemplarisch die Gästebefragung im UNESCO Biosphärenreservat Bliesgau.

In den Broschüren der TZS wird teilweise auf umweltverträgliche Anreisemöglichkeiten hingewiesen. Im Gruppenreisekatalog steht die Anreise mit der Bahn an erster Stelle und in der Broschüre „Sehenswertes“ wird der nächstgelegene ÖPNV-Anschluss zu jeder Sehenswürdigkeit aufgeführt. Auch in der Faltkarte „Ausflugsziele“ und in der Familienbroschüre wird auf die Erreichbarkeit der Ausflugsziele mit Bus- und Bahn hingewiesen.

2021 startete das Projekt „Säckchen füll dich“ zur Stärkung der nachhaltigen An- und Abreise-Mobilität. Bei der Aktion „Säckchen füll dich“ belohnt die TZS ihre touristischen Gäste, die klimafreundlich ins Saarland anreisen, mit einem wiederverwendbaren Obst- und Gemüsebeutel, gefüllt mit regionalen Produkten und Informationen zum nachhaltigen Aufenthalt im Saarland.

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 Freizeitmobililität zu bewerben.



Die TZS-eigenen Pauschalen sind bis auf eine Ausnahme Wander- oder Radpauschalen, also Angebote mit umweltfreundlicher Freizeitmobilität.

Es gibt zahlreiche Angebote umweltverträglicher Freizeitmobilität, die Gäste im Saarland nutzen können: So wurde im Rahmen des Projektes „e-velo Saarland“ ein dichtes Netz an E-Bike-Ladestationen geschaffen. Der saarVV bietet zusammen mit der Deutschen Bahn ein saarlandweites Netz an öffentlichen Verkehrsmitteln, die zum Teil explizit touristischen Bezug haben (Radbus von Merzig nach Losheim in der Sommersaison, Biosphärenbus). In peripheren Gebieten im Saarland ist selbst der Alltagsverkehr mit dem ÖPNV nicht an allen Wochentagen gesichert, sodass die touristische Vermarktung des ÖPNV dort besonders schwierig ist. Trotzdem wurden und werden Anreize zur Nutzung des ÖPNV zur Fortbewegung vor Ort geschaffen. Ein wichtiges Instrument dafür ist die Saarland Card, eine umlagefinanzierte Gästekarte, die jeder touristische Übernachtungsgast bei teilnehmenden Gastgebern kostenlos erhält: Mit der Saarland Card haben die Gäste freien Eintritt zu über 100 Ausflugszielen und Sehenswürdigkeiten (Stand Dezember 2021) und können das Verkehrsnetz des saarVV kostenfrei nutzen. Darüber hinaus wurde auf dem Tourenportal eine gesonderte Übersicht von Wanderungen, die gut per Bus und Bahn erreichbar sind, veröffentlicht: <https://www.touren.saarland/de/liste/mit-bus-bahn-zur-wanderung/126956782/>

Einzelne Initiativen der Landkreise tragen zu einer weiteren Angebotsverbesserung bei, entweder durch die Schaffung von saisonalen Verkehren wie dem *Saarschleifenbus* oder durch die Beschilderung und Ausweisung von Wanderwegen ab der Haltestelle bis zum Premiumwanderweg, z.B. von der Saarbahnhaltestelle Heinrichshaus zum Urwald vor den Toren der Stadt oder vom Bahnhof Eppelborn zum Freizeitzentrum Finkenrecht.

Das Tagesangebot „Biosphären-Safari“ zur Bekanntmachung des Biosphärenbusses wurde sogar im Rahmen des Wettbewerbs „Gemeinsam erfolgreich. Mobil in ländlichen Räumen“ des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) ausgezeichnet.

Die TZS beauftragte 2020 den Zweckverband Saarland (ZPS) mit der Erstellung einer Analyse der Angebotsqualität im Hinblick auf die Erreichbarkeit touristischer Ziele mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖPNV = Bus, Zug, Stadtbahn, Anruf-Linien-Verkehre ALT und Rufbus). Untersucht wurden 156 POIs und 127 Unterkünfte. Die Bewertung der ÖPNV-Anbindung erfolgte aus der Sicht des Touristen, wobei Anbindungen in den Abendstunden und an den Wochenenden besonders berücksichtigt wurden. Festgestellt wurde, dass die überwiegende Zahl der POIs und Unterkünfte und damit ein großer Teil des touristisch implizierten Verkehrs über ÖPNV abzuwickeln wäre. Gründe, warum dies nicht ausreichend stattfindet, könnten sein: Tarif, Qualität, Reisezeitverhältnis oder erforderliche Umstiege auf dem Gesamtweg. Viele der Ziele mit eingeschränkter oder schlechter ÖPNV-Erreichbarkeit haben einen hohen touristischen Bekanntheitsgrad. Das relevante Kapitel im Verkehrsentwicklungsplan übernimmt den ZPS-Bericht und zitiert darauf aufbauend die Vorschläge der TZS zur Optimierung der Verbindungs- und Angebotsqualität bestimmter touristischer Ziele.

6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben

In der Destination werden Kampagnen zur CO2-Reduktion und zum umweltfreundlichen Verhalten in touristischen Betrieben initiiert und unterstützt.

	Einheit	20xx	20xx	20xx
Stromverbrauch pro Übernachtung und Jahr (Unterkünfte unter den Partnerbetrieben)	kWh			
Wärmeverbrauch pro Übernachtung und Jahr (Unterkünfte unter den Partnerbetrieben)	kWh			
CO2-Emissionen pro Übernachtung	Kg			
Anteilerneuerbarer Energien am Gesamtenergieverbrauch (Unterkünfte unter den Partnerbetrieben)	%			

Daten liegen nicht vor

Grundsätzlich werden Betriebe mit einer nachhaltigen Ausrichtung und solche, die sich in den entsprechenden Netzwerken (z. B. Partner des Nachhaltigen Reiseziels Saarland, des Nationalparks Hunsrück-Hochwalds oder des Biosphärenreservats-Bliesgau) engagieren, im Marketing der TZS bevorzugt eingebunden. Dadurch werden Anreize geschaffen, sich stärker mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ zu befassen und sich entsprechend zu engagieren.

Die TZS erhebt in Abstimmung mit TourCert keine Ressourcenverbräuche oder Emissionen der Partnerbetriebe. Sie initiiert jedoch Projekte zur Verbesserung der Ökobilanz touristischer Betriebe. Beispielsweise beriet sie das MWAEV bei der Erstellung der Förderrichtlinien für das Sonderkonjunkturprogramm für das Gastgewerbe und erreichte dadurch, dass erstmals Nachhaltigkeit oder Barrierefreiheit als Fördervoraussetzung integriert wurde. Voraussetzung für eine Förderung ist ein Erstgespräch mit der Nachhaltigkeitsbeauftragten der TZS. Das Förderprogramm wird vom Gastgewerbe positiv angenommen, sodass seit Veröffentlichung der Richtlinie Ende Oktober 2020 bereits knapp 70 touristische Betriebe bzgl. der Implementierung eines Nachhaltigkeitsmanagements im eigenen Betrieb und der Umsetzung entsprechender Maßnahmen beraten wurden. Diese Beratungsgespräche können als Meilenstein angesehen werden, da einerseits gezielt Know-how vermittelt und oftmals vorhandene Hürden, die einer nachhaltigeren strategischen Ausrichtung des Betriebs entgegenstanden, abgebaut werden konnten. Ebenso müssen alle Betriebe, die eine Förderung erhalten, innerhalb eines Jahres die erfolgreiche Teilnahme an TourCert Qualified nachweisen.

Die TZS informiert über entsprechende Checklisten im Online Lotsen Check zur Ressourcenschonung in touristischen Betrieben. Darüber hinaus stellt sie entsprechende Handlungsleitfäden und Informationen auf der Plattform zur Verfügung. Ressourcenschonung ist Teil aller bisher durchgeführten Webinare und Schulungen zur Nachhaltigkeit. Die Webinare sind dauerhaft über den YouTube-Kanal des Tourismuslotsen einsehbar.

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.

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.

Die Europäische Badegewässerrichtlinie wurde 2008 im Saarland mit der Badegewässerverordnung in nationales Recht umgesetzt. Aktuell sind der Bostalsee und der Losheimer Stausee im Saarland als Badegewässer ausgewiesen. Die Wasserqualität beider Gewässer wird nach den geltenden Gesetzen geprüft und die Untersuchungsergebnisse veröffentlicht. Die Wasserqualität in beiden Stauseen ist seit mindestens 2016 fortlaufend ausgezeichnet. Sollte es zu einer erhöhten Blaualgen-Konzentration kommen, wird vom Baden in den Gewässern abgeraten.

Die Trinkwasserqualität im Saarland wird regelmäßig nach den Vorgaben der „Verordnung über die Qualität von Wasser für den menschlichen Gebrauch“ kontrolliert und gilt als sehr gut. Um eine hervorragende Trinkwasserqualität zu gewährleisten, werden im Saarland über 30.000 Trinkwasseranalysen pro Jahr gemeinsam mit den Gesundheitsämtern durchgeführt. Es wird ausschließlich aus Grundwasser gewonnen und ist somit durch die Tiefenlage vor Schadstoffen geschützt. Bei der Förderung weist das Trinkwasser bereits eine hohen Qualität auf und kommt weitgehend naturbelassen bei den saarländischen Verbrauchern an.

6.7 Lärm, Luft- und Wasserqualität

In der Destination werden Maßnahmen zur Reduzierung von tourismusbedingtem Lärm und zur Steigerung von Luft- und Wasserqualität durchgeführt.

Im Saarland gibt es vier Kurorte: Blieskastel als Kneippkurort, Nonnweiler und Orscholz als heilklimatische Kurorte und Weiskirchen sowohl als Kneipp- als auch als heilklimatischer Kurort.

Die TZS engagiert sich dafür, die Angebotsoptimierung des ÖPNV voranzutreiben und den vor allem verkehrsbedingten Lärm an vereinzelt touristischen POIs zu reduzieren. Weitere Maßnahmen zur Reduzierung von tourismusbedingtem Lärm und zur Steigerung der Luft- und Wasserqualität werden von ihr bisher nicht durchgeführt.

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.

	Einheit	Erstzertifizierung 2019		2020
Stromverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	897,35	639,53	654,12
Heizenergieverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	1.378,31	1016,80	938,23
Dienstreisen pro Jahr	km	73.096 km	84.499	42.782
Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	Die Tourismus Zentrale Saarland bezieht seit April 2019 100 % Ökostrom aus erneuerbaren Energien vom Energielieferant Energie-Saar-Lor-Lux.		

Die TZS nutzte bis April 2019 Räumlichkeiten im Atrium - Haus der Wirtschaft. Seit dem Umzug hat sie Räumlichkeiten in einem von mehreren Firmen genutzten Bürogebäude in der Saarbrücker Innenstadt angemietet. Seitdem bezieht sie 100% Ökostrom aus erneuerbaren Energien von *Energie-Saar-Lor-Lux*. Zum Heizen wird Fernwärme des regionalen Anbieters genutzt.

Im Auftrag der TZS wurde zuletzt Ende 2019 ein Energieaudit durchgeführt, dessen Ziel die Zertifizierung nach DIN EN 16247 und die Senkung der Energiekosten ist. Das Audit bescheinigte der TZS einen sehr guten Standard und nur wenig Verbesserungspotenzial, obwohl durch den Umzug an einen neuen Standort ein höherer Energieverbrauch, bedingt durch die gestiegene Mitarbeiterzahl und die Verteilung auf zwei Etagen mit jeweils einer Teeküche sowie sanitären Anlagen pro Etage, prognostiziert wurde. Diese Prognose hat sich jedoch nicht bewahrheitet, der Stromverbrauch ist weiter gesunken.

4.12 Potentialabschätzung Außeneinsatz

Themen bei der Ortsbegehung:	0 - 20	20 - 40	40 - 60	60 - 80	80 - 100	100
Energiemanagement	X					
Beleuchtung	X					
EDV – Büroarbeitsplätze	X					
EDV – zentrale IT-Services (Server, Storage)	X					
EDV – Rechnerraum Klimatisierung	X					
Heizenergie	X					
Kühlschrank	X					
Lüftungsanlage	X					
Einschätzung Gesamtpotential:	gering					

Durch das das starke Engagement hinsichtlich betrieblichen Umweltschutzes ist die Potentialeinschätzung als gering einzuschätzen.

Die Heizkörper am neuen Standort sind mit Thermostaten ausgestattet, welche ein übermäßiges Beheizen der Räume verhindern. Ebenso findet eine Temperaturabsenkung der Heizung während der Nacht statt. Zudem sind im Nachhaltigkeitsleitfaden für die Mitarbeitenden Empfehlungen zur Reduktion der Raumtemperatur sowie zum Ausschalten der Heizung bei Abwesenheit formuliert.

Die Beleuchtung der Räume am neuen Standort findet mittels Rasterleuchten (konventionelle Leuchtstoffröhren) und in den Verkehrsflächen mittels Energiesparlampen statt. Zu den Hauptstromverbrauchern zählen der Server, die Büroarbeitsplätze, die Beleuchtung und die Kücheneinrichtung. Weitere wesentliche Verbraucher sind die zentralen Bürogeräte (z.B. Kopierer), Küchengeräte (z.B. Kühlschrank) und die sonstigen Verbraucher im Büro (z. B. Ventilatoren im Sommer).

Es erfolgt eine kontinuierliche Sensibilisierung der Mitarbeiter zur Reduktion des Ressourcenverbrauchs. So gibt es im Mitarbeiterhandbuch ein eigenes Kapitel zum Thema Energie, in welchem Hinweise und Tipps zur Ressourceneinsparung und -effizienz gegeben werden.

Im Vor-Corona-Jahr wurden Dienstreisen mit einer Gesamtlänge von etwa 84.439km durchgeführt, davon 35.716km mit dem Auto und 48.783km mit der Bahn. Sieben Personen führten Dienstreisen mit dem Flugzeug durch. Pandemiebedingt reduzierte sich die Anzahl der Dienstreisen im Jahr 2020 deutlich auf 42.782km. Auf Flugreisen wurde komplett verzichtet.

Im Sommer 2021 wurde die Saarland Card von der bisherigen Chipkarte auf eine digitale Card umgestellt. Mittels eines persönlichen QR-Codes, den sich die Gäste in der App "Saarland Reiseführer" generieren, erfolgt eine digitale Ausstellung der Saarland Card sowie deren Erfassung bei den teilnehmenden Leistungspartnern. Die digitale Saarland Card ist ein gelebtes Beispiel der Nachhaltigkeitsstrategie. Es erfolgt eine Ressourcenschonung da keine Chips mehr in einem energieaufwändigen Prozess hergestellt werden müssen und die digitale Card die Karte aus Hartplastik ersetzt.

6.9 Wasser

Die DMO ~~und die Partnerbetriebe~~ messen und reduzieren ihren Wasserverbrauch.

Die Gebäudeverwaltung misst den Wasserverbrauch aller Mieter. Die TZS nutzt soweit es in ihrer Hand liegt ausschließlich umweltschonende Reinigungsmittel mit entsprechendem Zertifikat. Bei der Ausschreibung und Beauftragung der Reinigungsfirma wurden auch Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt.

Die Spülkästen in den Sanitärräumen besitzen eine Wasserspartaste und Stopfunktion.

Alle Mitarbeitenden sind angehalten, möglichst wenig Wasser zu verbrauchen. Entsprechende Hinweise und Tipps sind im Mitarbeiterhandbuch festgehalten.

6.10 Abfall

Die DMO ~~und die Partnerbetriebe~~ messen und reduzieren ihr Abfallaufkommen.

	Einheit	20xx	20xx	20xx
Abfallaufkommen Restmüll pro Mitarbeitenden und Jahr				
Abfallaufkommen Papier pro Mitarbeitenden und Jahr				
Abfallaufkommen Plastik pro Mitarbeitenden und Jahr				

Daten stehen nicht zur Verfügung

Für die Mülltrennung stehen Restabfall-, Papier- und Gelbe Tonnen zur Verfügung, die von allen Mietern genutzt werden. Daher stehen Verbrauchsdaten nur für den Gesamtkomplex zur Verfügung. Die TZS achtet ihrerseits strikt auf Abfallvermeidung und Mülltrennung nach Papier, Gelber Sack und Restmüll. Eine Biotonne gibt es nicht. Bei den alljährlichen Treffen der Mieter-AG werden Themen wie Ressourceneinsparung oder Mülltrennung regelmäßig angesprochen. Bisher konnten jedoch keine konkreten Verbesserungen, wie z.B. die Beschaffung einer Biomülltonne, durchgesetzt werden.

Im Mitarbeiterhandbuch gibt es ein eigenes Kapitel zum Thema „Abfall“, in welchem Hinweise und Tipps zur Abfallvermeidung, Mülltrennung und Recycling gegeben werden. Auf Firmenkosten wurden Thermobehälter für die Mitarbeitenden angeschafft, um Einweg-Verpackungen bei To-go-Gerichten zu reduzieren.

Bei der Bewirtung der Gäste in den eigenen Räumlichkeiten wird auf Einweg- und Plastikgeschirr sowie auf Portionspackungen verzichtet. Diesen Maßstab setzt die TZS auch bei Fremd-Veranstaltungen an und sensibilisiert Dienstleister sowie Veranstalter dafür.

6.11 Papier

Die DMO ~~und die Partnerbetriebe~~ messen und reduzieren ihren Papierverbrauch und nutzen vornehmlich Recyclingpapier.

Die TZS bezieht seit 2019 ausschließlich Blauer-Engel-zertifiziertes Druck- und Briefpapier. Grundsätzlich sind die Mitarbeiter der TZS dazu angehalten, so wenig wie möglich auszudrucken. Das Kerngeschäft der TZS wird über alle Fachbereiche hinweg hauptsächlich digital bearbeitet. Dadurch wird grundsätzlich wenig Papier verbraucht. Wenn das Ausdrucken doch notwendig sein sollte (z.B. Vergabevermerke), wird doppelseitig und Schwarz-Weiß gedruckt.

Im Marketing werden Print-Produkte der TZS ebenfalls seit 2020 ausschließlich auf Blauer-Engel-zertifiziertem Papier und von EMAS-zertifizierten Druckereien gedruckt. Die Auflage der produzierten Kataloge wird so gering wie möglich gehalten und den Interessierten auch online als PDF zur Verfügung gestellt. Um Kataloge über mehrere Jahre verwenden zu können, werden sie so datumsunabhängig wie möglich gehalten. Während das Gesamtgewicht der produzierten Kataloge 2020 auf einem ähnlich hohen Niveau war wie 2019, konnte bei der Pro-

duktion für 2021 die Corona-Situation berücksichtigt und die Druckauflage deutlich reduziert werden. Das Gesamtgewicht 2021 betrug nur 14.731kg und die Papiereffizienz stieg wegen der geringeren Anzahl an Gästeankünften auf 0,06 kg/Gästekunft.

	Einheit	Erstzertifizierung	2019	2020
Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	10,58	12,79	8,96
Anteil an Recyclingpapier	%	0	83,33	100
Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	100	0	0

6.12 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.

Um Nachhaltigkeitsaspekte im Büroalltag zu verstetigen, wurde 2020 ein Mitarbeiter-Leitfaden erstellt, der die Aspekte „Abfall, Energie, Mobilität, Beschaffung, Verpflegung und soziale Nachhaltigkeit“ erläutert und praktische Tipps und Hinweise gibt. Bei Neuanschaffungen von Büromaterial, Leuchtmitteln und Elektrogeräten wird auf Umweltaspekte und Energieeffizienz geachtet. Darüber hinaus sind im monatlichen Teamgespräch „10 Minuten Nachhaltigkeit“ als festes Veranstaltungsformat zur Vermittlung von Wissen und Best Practices verankert.

Zur weiteren Sensibilisierung der Mitarbeitenden werden sporadisch auch Aktionswochen durchgeführt, beispielsweise anlässlich des globalen Klimastreiks 2020. Die MitarbeiterInnen der TZS wurden dazu aufgerufen, sich auf freiwilliger Basis eigene Beiträge als Aktionen für den Klimaschutz zu überlegen. Diese Selbstverpflichtungen werden auf einer Pinnwand festgehalten. Gleichzeitig dient sie als Ideenquelle für Maßnahmen, die jeder individuell im Büroalltag oder im privaten Umfeld umsetzen kann. Zudem erstellten die MitarbeiterInnen sogenannte „Klima-Denkzettel“ aus Altkarton, die in den Büroräumen angebracht wurden. Sie enthalten kurze Aussagen auf Saarländisch, die zu einer nachhaltigeren Lebens- und Arbeitsweise auffordern. Für die Partnerbetriebe wurden Denkzettel zum Download zur Verfügung gestellt.

Die TZS ist mit dem ÖPNV innerstädtisch, insbesondere ab Knotenpunkten wie dem Hauptbahnhof Saarbrücken, gut angebunden. Mitarbeiter erhalten im Mitarbeiterhandbuch Informationen zu Anreisemöglichkeiten zur TZS. Die Mitarbeiter, die im Raum Saarbrücken leben, nutzen für den Weg zur Arbeit vermehrt das Fahrrad, alle anderen überwiegend öffentliche Verkehrsmittel, da ein vergünstigtes, durch die TZS und den SaarVV mit jeweils 20% bezuschusstes, Job-Ticket angeboten wird. Dienstfahrten innerhalb des Saarlandes werden nach Möglichkeit mit dem ÖPNV organisiert. Für Termine in ländlichen Gebieten ohne gute ÖPNV-Anbindung stehen zwei Dienstwagen zur Verfügung. Für Fahrten zu weiter entfernten Tagungen oder Veranstaltungen reisen die TZS-Mitarbeiter nach Möglichkeit mit der Bahn, wenn kein Messebedarf o. ä. transportiert werden muss.

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.

Die wichtigen tourismusrelevanten Kulturgüter sind den Tourismusverantwortlichen bekannt und werden in Kommunikationsmedien für Gäste dargestellt.

Das Saarland besitzt laut der Destination-Brand-Studie eine überdurchschnittlich hohe Eignung für das Thema „Kulturtourismus“, insbesondere für das Spezialthema „Industriekultur“. Die tourismusrelevanten Kulturgüter und wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Destination werden auf der Website der TZS, in der Broschüre „Sehenswertes“ und in der Ausflugszielekarte beworben.



Als kulturelle Leuchttürme werden die Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen bezeichnet, die eine überregionale Ausstrahlungskraft haben, allen voran das UNESCO Weltkulturerbe Völklinger Hütte. Vielen Standorten fehlt es bislang an touristischer Inwertsetzung und Erlebnisorientierung sowie an Mitteln, um besucherwirksame Veranstaltungen und Ausstellungen zu etablieren. Basierend auf der aktuellen Ausgangslage und den zukünftigen Herausforderungen in der saarländischen Tourismusentwicklung wurde das Konzept „Touristische Inwertsetzung der Kulturellen Leuchttürme im Saarland“ von der TZS in enger Kooperation mit den GeschäftsführerInnen der touristisch relevantesten Kultureinrichtungen und -veranstaltungen entwickelt. Ziel des Konzeptes ist es, die kulturellen Leuchttürme des Saarlandes zu touristisch attraktiven Zielen aufzuwerten und damit das Saarland als bedeutenden Kulturstandort darzustellen und zu etablieren. Der Kulturtourismus soll sich zu einer tragenden Säule des Saarland-Tourismus entwickeln und insbesondere zur Profilierung des touristischen Angebotes, zur Schaffung von Besuchsanslässen in der Nebensaison sowie zur Erhöhung der Lebens- und Standortqualität im Saarland beitragen. Basierend auf diesem Konzept wurde ein entsprechendes [Förderprogramm](#) entwickelt.

Die kulturelle Identität des Saarlandes spiegelt sich auch in den Städten wieder. Das aus elf saarländischen Städten und Gemeinden gegründete Netzwerk hat sich zum Ziel gesetzt, die Positionierung und Profilierung der Städte klarer herauszuarbeiten und die erarbeiteten Themenfelder mit Produkten zu unterfüttern, um Anreize für einen Städteurlaub im Saarland zu schaffen. In einem moderierten Tourismuscoaching wurden sechs Städte auf ihre touristische Entwicklung, ihr Angebot und ihre Schwerpunktthemen, die Wahrnehmung der Stadt und ihre Handlungsbedarfe hin untersucht und die jeweiligen Kernbotschaften und Themen herausgearbeitet.

Gemeinsame Marketingmaßnahmen wie ein Beileger im Magazinstil und die in Kooperation mit den Tourismusorganisationen der Landkreise umgesetzten Serviceschulungen für MitarbeiterInnen von Tourist-Informationen, Freizeit- und Kultureinrichtungen wurden realisiert. Ebenso wurde 2021 das Online-Training „Tourismusdestination Saarland“ umgesetzt, um touristischen Leistungsträgern die Attraktivität des Saarlandes als Tourismusdestination näher zu bringen. Die Nutzer können sich das E-Learning kostenfrei auf der Tourismuslotsen-Internetseite ansehen und mit bestandem Abschlusstest ein personalisiertes Teilnahmezertifikat ausdrucken. Es vermittelt allgemeine Informationen zum Reiseland Saarland, zu den wichtigsten Reisetemen, wie Natur, Aktiv, Genuss, Kultur & Städte, aber auch zur Nachhaltigkeits- und Qualitätsstrategie des Saarlandes.

Zur fundierten Vermittlung der kulturellen Identität und der regionalen Gegebenheiten des Saarlandes wurde 2019/2020 der Zertifikatslehrgang „Saarland Gästeführer/in (IHK)“ mit insgesamt 160 Lehrgangsstunden und interner IHK-Zertifikatsprüfung durchgeführt.

Die TZS vermarktet auch eigene Angebote wie z.B. die *Kulturradtour*. Highlights der grenzüberschreitenden Tour sind das barocke Saarbrücken, das Weltkulturerbe Völklinger Hütte, Saarlouis als Stadt des Sonnenkönigs, Villeroy & Boch in Mettlach, Saarburg und die Porta Nigra in Trier. Die Wegeführung erfolgt ausschließlich auf ausgeschilderten Radwegen. Das Angebot „Grenzenloser Kulturgenuss“ ist eine Individualreise, bei der sich Gäste auf eine kulturelle und genussreiche Entdeckungsreise durch das Saarland begeben können. Sie starten in der Landeshauptstadt Saarbrücken und beenden die Reise in Perl. Auf dem Programm stehen zahlreiche Vorschläge für gelungene Genuss- und Kulturtage im Saarland.

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.

Die kulturelle Identität der Saarländer ist stark geprägt durch die Nähe zu Frankreich sowie die Zeit des Steinkohlebergbaus und der Eisenindustrie. Wie kein anderes deutsches Bundesland wechselte das Saarland mehrmals die Staatszugehörigkeit zwischen Deutschland und Frankreich. Die Stärkung der regionalen Identität ist ein wichtiger Faktor bei der touristischen Vermarktung. Als Markenwerte des Saarlandes werden die Attribute „menschlich nah“, „kommunikativ und vernetzt“, „lebensfroh und genussreich“ sowie „wir bieten das Beste aus



zwei Welten“ angesehen. Der „Saarland-Charme“ in seiner Gesamtheit und die Kulinarik als zentraler Markenwert werden bei der Vermarktung des Saarlandes als Tourismusdestination hervorgehoben. Verschiedene Marketinginstrumente spielen mit der saarländischen Mundart (Dibbelabbes-Postkarte und -Gewürzprobe). Regionale Feste und Veranstaltungen werden ebenso vermarktet wie die saarländischen Museen, Galerien und Theater. In Ansätzen spielt auch das Handwerk und hierbei insbesondere das Genusshandwerk eine Rolle.

Herauszustellen sind einzelne Angebote, die die Industriekultur des Saarlandes thematisieren. Im UNESCO-Weltkulturerbe Völklinger Hütte werden Führungen mit ehemaligen Hüttenarbeitern angeboten. Zeitzeugen berichten in Videointerviews von ihrem „Leben mit der Völklinger Hütte“. Darüber hinaus wurde anlässlich des Europäischen Kulturerbejahres 2018 das Projekt „Arbeiten auf der Völklinger Hütte“ ins Leben gerufen. Ziel des Projektes ist, die Menschen, ihre Arbeit und ihre Arbeitsbedingungen erlebbar zu machen. Das Erlebnisbergwerk Velsen, das von ehemaligen Bergleuten geführt wird, bietet Erlebnisführungen an. Die TZS unterstützte im Jahr 2019 ein Kunstprojekt des Urban-Art Künstlers Hendrik Beikirch. Im Rahmen des Projektes entstand in der ehemaligen Hüttenstadt Neunkirchen das überdimensional große Portrait des Hüttenarbeiters Bodo Lutze an einer Giebfassade. Das Werk bezieht sich auf die Geschichte der Region als Industrieviertel der Stahlproduktion. Lutze, der 37 Jahre bei den Neunkircher Eisenwerken in der Produktion beschäftigt war, ist der Region zutiefst verbunden und identifiziert sich mit dem industriellen Erbe. Das Motiv an der Neunkircher Hauswand zu sein, sieht er als eine Art Würdigung der Werkstreue.

Auf verschiedenen Themenwegen lässt sich die Geschichte und Kultur des Saarlandes erleben: Auf dem *Schäfer Trail* vermitteln Informationstafeln Wissenswertes rund um das Thema „Schafe, Schäfer und Natur“. Der Erlebnisweg „Rund ums liebe Vieh“ zeigt anschaulich das Leben und Arbeiten saarländischer Bauern, während der Weg „Nach der Schicht“ den Wanderer in das Leben der fiktiven Bergmannsfamilie Penth entführt. Der *Johannes-Kühn-Weg* befasst sich mit dem Bergweiler Lyriker Johannes Kühn, einem der bedeutendsten deutschsprachigen Lyriker der Gegenwart. Am Wegesrand laden Tafeln mit Zitaten von ihm dazu ein, die Natur mit den Augen des Dichters zu sehen.

Der saarländische Museumsverband hat eine interaktive Hörspiel-App entwickelt: Auf den „Entdeckertouren“ geben sich Gäste und Einheimische auf die Suche nach Relikten aus der Ära der Berg- und Hüttenleute.

Herausragende Kulturveranstaltungen im Saarland sind das *Filmfestival Max Ophüls Preis*, die *Kammermusiktage Mettlach*, *SR Klassik am See* sowie das deutsch-französische *Festival Perspectives*. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Veranstaltungen rund um den Jazz, z.B. das internationale Jazzfestival in St. Ingbert, die Veranstaltungsreihe *Völklinger Hütten Jazz* oder die internationale Jazzwerkstatt in Saarwellingen.

Die Veranstaltungen und Angebote sind für Gäste und Einheimische gleichermaßen zugänglich. Lokal bezogene Veranstaltungen sowie Genuss- und Handwerkermärkte werden insbesondere von Einheimischen besucht. Sie werden aber auch bei gegebener Relevanz touristisch vermarktet. Gleiches gilt für Kulinarik-Themenwochen wie die *Hunsrücker Kartoffeltag* oder die *Bliesgau Lammwochen*.

Das Presseteam der TZS betreibt den Reiseblog Saarland (www.reiseblog.saarland) und schreibt aus persönlicher Sicht über Land und Leute der Region. Im Mittelpunkt stehen dabei die Originalität der Saarländer*innen, ihre Liebesswürdigkeit aber auch ihre Eigenheiten und Verschobenheit. Thematische Schwerpunkte sind u.a. die Liebe zum Genießen feiner Speisen und Getränke, Naturerlebnisse und Kulturtipps. Der Reiseblog Saarland steht auch für authentische Geschichten, die Vielfalt der saarländischen Dialekte und für exklusive Einblicke in die saarländische Seele. Buchvorstellungen, Saarland-Rätsel und Interviews runden die redaktionelle Bandbreite ab. Sei es ein Interview mit Birgit Klöber, der Inhaberin des ersten Unverpackt-Ladens im Saarland, zum Thema Müllvermeidung

oder der Blogbeitrag „So kann das Saarland schmecken: Aus dem Apfel wird Viez“ (<https://reiseblog.saarland/blog/so-kann-das-saarland-schmecken/>) – die Beiträge des Reiseblogs stärken die kulturelle Identität und

sensibilisieren gleichzeitig dafür, die Natur zu achten und zu schützen. Der TZS-Kommunikationskanal www.reiseblog.saarland inklusive der entsprechenden Facebook- und Twitter-Accounts richten sich an Journalist*innen, Urlauber*innen und natürlich auch an die Saarländer*innen selbst.

Seit Juli 2021 werden auf dem Instagram-Kanal [urlaub.saarland](https://www.instagram.com/urlaub.saarland) jeden Mittwoch speziell aufbereitete Inhalte zu Dialekt und regionalen Besonderheiten des Saarlandes unter dem Motto „Words on Wednesday“ gepostet. Im Jahr 2022 wird diese Kategorie unter dem Namen „Typisch Saarland“ und mit neuem Design weitergeführt.

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.

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.

Die Achtung der Menschenrechte ist in Deutschland im Grundgesetz verankert. Der 2016 verabschiedete [Nationale Aktionsplan \(NAP\)](#) zur Umsetzung der [UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte](#) bekräftigt die Verpflichtung von Bund, Ländern und Kommunen zum Schutz der Menschenrechte bei der öffentlichen Beschaffung. Ebenso wird das neue Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten eine Grundlage für die Wahrung der Menschenrechte sein. Darüber hinaus gelten für die öffentliche Beschaffung lohnbezogene Anforderungen, wie die Beachtung von Tarifverträgen oder die Beachtung sogenannter Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation. Die TZS unterliegt also einer gesetzlichen, aber auch freiwilligen Verpflichtung, die sich aus dem Leitbild ergibt: Dort hat sie sich zur Aufgabe gemacht, den Tourismus im Saarland für alle Menschen gleichberechtigt zu entwickeln. Rassismus und Rechtsextremismus stehen den Werten der TZS diametral entgegen.

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.

Die TZS beschäftigt einen Mitarbeiter in Vollzeit, der ausschließlich für die Qualitätssicherung der touristischen Wegeinfrastruktur zuständig ist. Die Aufgaben umfassen:

- Qualitätssicherung und Sauberhaltung der zertifizierten Wanderwege, Verbesserung der Wegebeschaffenheit, Überprüfung der Beschilderung, Erfassung von Mängeln und Schäden und das Auffinden von Optimierungsmöglichkeiten
- Seit 2020 Übernahme erweiterter Arbeiten im Außendienst wie die Anbringung von Beschilderung und Durchführung kleinerer Freischneidarbeiten.
- Beschwerdemanagement für das SaarRadland-Tourennetz
- Übertragung und Veröffentlichung der aktuellen Bedingungen (z. B. Umleitungen der Wege) auf die Tourendatenbank
- Kooperation mit dem Landesbetrieb für Straßenbau
- Beratung bei der Einrichtung neuer bzw. bei Veränderung bestehender Wanderwege
- Pflege der Touren-Datenbank

Jeder Landkreis arbeitet darüber hinaus mit ehrenamtlichen Wanderwegewarten zusammen. In der Premiumwanderregion Saar-Hunsrück im Landkreis Merzig-Wadern ist zusätzlich ein hauptamtlicher Wanderwegewart angestellt, der die Traumschleifen des Saar-Hunsrück-Steigs kontrolliert. Festgestellte Mängel, Wegeumleitun-

gen oder Risikofaktoren werden umgehend in der Touren-Datenbank erfasst und sowohl online bei der Tourenbeschreibung als auch in der Saarland Touren-App ausgespielt. Die viel genutzte App bietet mit einer Kompassfunktion die Möglichkeit, Feedback zu Wegeschäden o.ä. weiterzugeben: Wanderer können somit Mängel per Nachricht und Bild direkt von unterwegs mit den Koordinaten des Standorts melden und so zur Sicherung der Infrastrukturqualität beitragen. Die Nachrichten gehen direkt an die TQS und werden dort umgehend bearbeitet. Diese Funktion wurde als „Mängeldetektiv“ 2012 mit dem Deutschen Tourismuspreis ausgezeichnet. Die bisherige Funktion zum Melden von Wegeschäden etc. wird vom Entwickler jedoch seit dem Update im Jahr 2021 nicht mehr fortgeführt. Aber auch in der neuen Version können Mängel über die Kompassfunktion übermittelt werden. Alternativ kann man auch über den Menüpunkt „Aktuelle Bedingungen“ Informationen zum Wegezustand, zu Sperrungen oder zu Wetterverhältnissen anlegen und sichtbar machen.

Im November 2012 führte die TZS den Workshop „Sicherheit auf Wanderwegen“ mit breiter Beteiligung von Touristikern, Wegebetreibern und Fachleuten durch. Die Ergebnisse dieses Workshops wurden mit den Ergebnissen aus Besprechungen auf Gemeinde- und Landkreisebene in einem Leitfaden zusammengefasst und veröffentlicht. Er dient den verantwortlichen Wegebetreibern und Kommunen als Hilfestellung bei der Planung neuer Wanderwege sowie bei der Pflege und dem Erhalt bestehender Wanderwege in puncto „Sicherheit“.

Das Innenministerium des Saarlandes arbeitet mit der Katastrophenwarn-App „KATWARN“ und versorgt das Warn- und Informationssystem mit aktuellen Informationen aus dem Saarland. Über KATWARN erhalten Gäste und Einheimische somit regionale Meldungen z.B. über Unwetter, Brände und ähnlich gefährliche Situationen.

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.

Themen der Beschäftigung werden auf Regionalausschuss- und Aufsichtsratssitzungen sowie in Gesprächen mit Wirtschaftsministerium, IHK oder DEHOGA, z. B. in den Sitzungen der Tourismuslotsen-Projektpartner, aufgegriffen. Die TZS hat in diesem Handlungsfeld eine beratende und unterstützende Funktion. Sie wird beim Thema Fachkräftemangel indirekt mit dem Imagevideo zur Genuss Region Saarland aktiv. Darüber hinaus gibt es passende Checklisten zu Themen wie „Mitarbeiterbindung“, oder „Employer Branding im Online Lotsen Check“.

Darüber hinaus engagiert sich die TZS für die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften. Es besteht ein regelmäßiger Austausch mit Berufs- und Hochschulen. Die TZS unterstützt durch Fachvorträge und bietet Praktika oder eine Kooperation bei wissenschaftlichen Arbeiten und Projekten an.

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.*

Die touristische Entwicklung im Saarland ist im Vergleich zu anderen Destinationen noch jung. Das Tourismusbewusstsein der Saarländer ist teilweise schwach ausgeprägt. Daher ist neben der Zufriedenheit der Lokalbevölkerung vor allem auch die Stärkung des Tourismusbewusstseins ein wichtiges Handlungsfeld. Ziel ist es, das Image des Saarlandtourismus zu verbessern und das Bewusstsein für den Tourismus als wichtigen Wirtschaftsfaktor und Beitrag zum Strukturwandel im Saarland, insbesondere in der Politik und bei der saarländischen Bevölkerung, zu schärfen. Das Thema „Tourismusbewusstsein“ ist als übergeordnetes Handlungsfeld in der Tourismuskonzeption 2025 verankert. Das Binnenmarketing für die einheimische Bevölkerung soll federführend von den Landkreisen übernommen und ausgebaut werden.

Die Marktforschungsergebnisse aus dem Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland von 2017 bilden den Grundstein für die weitere Bearbeitung des Themas, denn hier wurde das saarländische Tourismusbewusstsein als

Schwerpunkt untersucht (Nullmessung). Mit Hilfe einer eigenen Erhebung (u.a. Befragung) und bestehenden Daten (Besucher Monitoring Freizeitwirtschaft, Destatis/Statistisches Amt Saarland, Trust You, Dt. Sparkassenverlag, Bundesagentur für Arbeit), wurde ein Status Quo als Ausgangspunkt für die weiteren Bemühungen zur Stärkung des Tourismusbewusstseins bestimmt. Die Erhebung ergab, dass dem Tourismus insbesondere bei den touristischen Leistungsträgern (70%), aber auch bei den Tourismusorganisationen (66%) und der Politik (59%) eine hohe Bedeutung beigemessen wird. Jedoch gibt es zwischen der Landes- und der Kommunalpolitik Unterschiede. Während der Tourismus auf Landes- und Kreisebene als wichtig eingestuft wird, ist das Bewusstsein auf kommunaler Ebene eher gering ausgeprägt. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass Wirtschaftsministerin Anke Rehlinger Aufsichtsratsvorsitzende der TZS ist und das Tourismusreferat bereits seit langem sehr eng mit der TZS zusammenarbeitet. Die saarländische Bevölkerung ist für das Thema „Tourismus“ nur wenig sensibilisiert. Ein Drittel findet, dass der Tourismus für das Saarland von großer Bedeutung ist. Etwas mehr als 20% schätzen die Bedeutung lediglich als gering bzw. nicht vorhanden ein. Allerdings nutzen knapp 80% der Saarländer die vorhandenen Freizeitangebote und die Zufriedenheit mit dem Angebot ist sehr hoch. In den Jahren 2018 und 2020 wurden weitere Befragungen der saarländischen Bevölkerung zur Zufriedenheit mit der Freizeitqualität im Saarland durchgeführt. Diese ergaben, dass sich nur knapp 4% der Saarländer durch Touristen eingeschränkt fühlen und es knapp 70% aller Saarländer gut finden, dass nun mehr Touristen ins Saarland kommen. Sogar 90% befürworten, dass der Tourismus öffentlich gefördert wird. Die Befragungen zeigten einen klaren Zusammenhang zwischen der individuellen positiven Einstellung zum Tourismus und der Zufriedenheit mit dem Freizeitangebot in der Region.

Um die lokale Bevölkerung, Politik und Wirtschaft von der Attraktivität des Saarlandes als Tourismus- und damit auch als Freizeitstandort zu überzeugen, wurden verschiedene Maßnahmen durchgeführt. Zum 20-jährigen Bestehen der TZS wurden drei Exkursionen zu touristischen Hotspots des Saarlandes und eine Fachexkursion zum Thema „Ortsbilder“ angeboten. Im Jahr 2018 wurde das Saarland-Malbuch gestaltet und über die Tourist-Informationen vertrieben. Seit Ende 2021 gibt es eine Neuauflage des Malbuchs, die allen Tourist-Informationen und Leistungsträgern kostenlos zur Verfügung steht. Hier sind Ausflugsziele im Saarland kindgerecht gestaltet abgebildet. Im Folgejahr wurde ein tourismuspolitisches Forum veranstaltet, bei dem alle Bürgermeister den eignes dafür gestalteten „Werkzeugkoffer Tourismus“, der unter anderem die Imagebroschüre „Warum das Saarland den Tourismus braucht“ beinhaltet, erhielten. Während der Pandemiezeit rückten die Saarländer als potenzielle Gäste für die saarländischen Übernachtungsbetriebe in den Fokus. Mit dem Projekt „KurzNahTrip“ sollten Saarländer für einen Kurzurlaub im eigenen Bundesland begeistert werden. Das gleiche Ziel hatte auch die Produktion des Imagefilms „Abenteuer Saarland“, der die Natur im Saarland aus einer ungewöhnlichen Perspektive zeigt und zum Entdecken der Heimat einlädt.

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.

Die TZS führt bisher keine ehrenamtlichen Aktivitäten zur Unterstützung von sozialen, ökologischen oder kulturellen Projekten durch. Allerdings arbeitet sie im Rahmen des Projektes Barrierefreiheit mit der LAG Pro Ehrenamt zusammen. Ebenso erfolgt ein regelmäßiger Austausch mit Umweltverbänden wie NABU und BUND im Rahmen des Projektkreises Naturtourismus.

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.

Die TZS beschäftigt 26 Mitarbeiter, davon elf in Teilzeit (Stand Dezember 2020). Dies entspricht 22,6 Vollzeit-äquivalenten. Die geleisteten Arbeitsstunden werden über die Zugangskarte im elektronischen Zeiterfassungssystem aufgenommen. Überstunden können abgebaut werden. Alle Mitarbeiter haben einen Arbeitsvertrag, die Möglichkeit zur Teilnahme an Schulungen und Weiterbildungen, entsprechende Weiterentwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten, klar geregelte Arbeitszeiten entsprechend der gesetzlichen Bestimmungen, flexible Arbeitszeitmodelle (Teil- bzw. Gleitzeit, Homeoffice) sowie gleiche Chancen für Beschäftigung und Bezahlung. Viel Wert wird auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gelegt.

Über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus erhalten die Mitarbeiter verschiedene freiwillige Sozialleistungen, z.B. eine betriebliche Altersvorsorge, vermögenswirksame Leistungen und der bereits genannte Zuschuss zum Jobticket. Allen Mitarbeitern steht neben einem voll ausgestatteten, modernen Arbeitsplatz und entsprechenden Arbeitsmitteln auch eine Küche zur Verfügung. Zur Grundausstattung gehören Kochplatten, Kaffeemaschine, Mikrowelle, Kühlschrank, Besteck, Geschirr und Geschirrspülmaschine. Alkoholfreie Getränke können zum Einkaufspreis erworben werden. Ersthelfer-Ausbildungen werden für alle Mitarbeiter kostenfrei angeboten. Zwei Mitarbeiter wurden darüber hinaus zu betrieblichen Brandschutzbeauftragten ausgebildet. Die Fluchtwege sind gekennzeichnet und in den Büroräumen gibt es mehrere ausgeschilderte Feuerlöscher und Löschdecken. Die Teilnahme an der jährlichen Brandschutzunterweisung ist für alle Mitarbeiter verpflichtend. Zudem wurde ein Arbeitsschutzausschuss gegründet.

Die TZS setzt darüber hinaus Maßnahmen zum Gesundheitsschutz ihrer Mitarbeitenden um, die über den Mindeststandard des Arbeitsschutzgesetzes hinausgehen. Dazu gehören z.B. Arbeitsplatzbegehungen durch die *B.A.D. Gesundheitsvorsorge und Sicherheitstechnik GmbH* und arbeitsmedizinische Vorsorgeuntersuchen, Grippeimpfung und Gesundheitstage. Als Maßnahme der Gesundheitsprävention können sich Mitarbeiter der TZS in Gruppen aus mindestens zwei Mitarbeitern zum Betriebssport einfinden und erhalten dafür eine Zeitgutschrift von maximal einer Stunde pro Woche.

Einmal jährlich findet eine Fachexkursion zum Kennenlernen (neuer) touristischer Angebote und Dienstleistungen sowie eine Weihnachtsfeier statt. Reisekosten werden analog zum Saarländischen Reisekostengesetz erstattet.

	Einheit	Erstzertifizierung	2019	2020	2021
Anzahl Festangestellte (Volläquivalente)	Anz	18,9	23,45	22,6	23,1
Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anz	0	0	0	0

8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO

Die DMO ermittelt die Zufriedenheit ihrer Mitarbeitenden.

	Einheit	Erstzertifizierung	2021
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	80	74,15
Rücklaufquote der Mitarbeitenden-Befragung	%	100	100

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden wird regelmäßig erfasst, z.B. im Rahmen der Zertifizierungen nach ServiceQualität Deutschland sowie TourCert. Im jährlich einzureichenden Q-Maßnahmenplan werden auch Aspekte zu den Arbeitsbedingungen berücksichtigt. Darüber hinaus gibt es jährliche, dokumentierte Mitarbeiter-Gespräche. Grundsätzlich steht die Tür der Geschäftsführung für Alle jederzeit offen. Eigenverantwortliches Arbeiten wird unterstützt und die Mitarbeitenden werden dazu ermuntert, konstruktiv Kritik anzubringen und Verbesserungsvorschläge zu machen.

Die aktuelle Mitarbeitendenbefragung im Rahmen der TourCert-Rezertifizierung zeichnet ein positives Bild und eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit. 17 von 28 Teilnehmern der Befragung sind überdurchschnittlich zufrieden (Index >74%), 4 Mitarbeiter haben einen Index von weniger als 50%. Besonders positiv (Index <65%) bewertet wurden u.a. die Möglichkeit zu selbständigem Handeln und Entscheiden, Profil und Image des Unternehmens sowie der Mehrwert der Arbeit für die Gesellschaft, die Nachhaltigkeitsausrichtung sowie die flexible und familienfreundliche Arbeitszeitgestaltung. Positiv wahrgenommen wird auch die Arbeitsplatzsicherheit sowie Gesundheitsschutz und die Gleichberechtigung zwischen Geschlechtern, Altersgruppen und Kulturen. Verbesserungsbedarf wird unter anderem bei der Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen der Führungskräfte gesehen.

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.

Die TZS sichert Chancengleichheit in Bezug auf Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und, sofern es die Anforderungen der jeweiligen Stelle zulässt, Behinderungen. Die Vergütung erfolgt in Anlehnung an den Tarifvertrag der Länder (TV-L für das Saarland) und gewährt in diesem Zusammenhang auch eine Sonderzahlung.

8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit

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

Die Mitarbeiter der TZS können an verschiedenen thematischen oder methodischen Weiterbildungen und Schulungen teilnehmen. Teresa Thome wurde im Jahr 2016 zur TourCert Auditorin ausgebildet. Im Mai 2018 wurde ein Basisseminar „Nachhaltigkeit im Destinationsmanagement“ mit Matthias Beyer von der mascontour GmbH angeboten, welches 2020 digital wiederholt wurde und seitdem als Aufzeichnung auf dem [YouTube-Kanal des Tourismuslotsen](#) allen Touristikern zur Verfügung steht. Im November 2019 fand ein TZS-interner Workshop zur Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für das Thema „Nachhaltigkeit“ statt. Die Sensibilisierung und Befähigung der Mitarbeitenden erfolgt darüber hinaus kontinuierlich über die „10 Minuten Nachhaltigkeit“ im Rahmen des Teamgesprächs. Allen Mitarbeitenden steht die Teilnahme an Veranstaltungen der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele offen.