



POLITISCHE EMPFEHLUNGEN

FÜR FACHLEUTE UND PÄDAGOGEN



REDAKTION

Redaktionsleiterin: Maeva Cabanis

Beiträge: Ulla-Alexandra Mattl

Gestaltung: Maeva Cabanis

© **EURAKOM**, August 2023

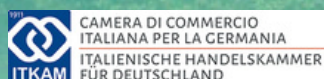
Die Vervielfältigung zu nicht kommerziellen Zwecken ist unter Angabe der Quelle gestattet.

Project 2021-1-DE02-KA220-ADU-000035124

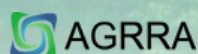
Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



PARTNERS



EURAKOM



Co-funded by
the European Union

INHALT

1. WARUM EINE POLITISCHE EMPFEHLUNG?

2. DAS GUIDE ME GREEN PROJEKT

3. UNSERE VISION

4. POLITISCHE EMPFEHLUNGEN

5.1 FÜR BILDUNGSANBIETER UND AUSBILDER

5.2 FÜR TOURISMUS-KMU UND UNTERNEHMEN

5.3 FÜR ÖFFENTLICHE BEHÖRDEN

1. WARUM EINE POLITISCHE EMPFEHLUNG?

Diese Empfehlungen wurden im Rahmen der Gesamtstrategie des Projekts Guide Me Green entwickelt, das durch das Programm Erasmus Plus kofinanziert wird. Guide Me Green zielt darauf ab, nachhaltiges Reisen und Tourismus zu fördern und die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismusangebots für Low-Budget-Reisende zu unterstützen. Das Projekt arbeitet daran, nachhaltigen Tourismus zugänglicher zu machen und unterstützt erwachsene Reisende dabei, nachhaltigere Reiseentscheidungen zu treffen.

Guide Me Green hat Materialien für Erwachsenenbildner entwickelt, um das Publikum, das mit einem geringen Budget reist, zu nachhaltigeren Tourismuspraktiken zu ermutigen:

- Ein Handbuch mit bewährten Praktiken aus den Partnerländern
- Ein Online-Schulungsprogramm für Erwachsene, Pädagogen und Tourismusfachleute
- Ein Handbuch für Pädagogen

Ziel der politischen Empfehlungen ist es, das Bewusstsein für die Notwendigkeit zu schärfen, dass nachhaltiges Reisen und nachhaltiger Tourismus zugänglicher werden müssen, und die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismusangebots zu fördern, das für alle zugänglich ist. Der Inhalt der Empfehlungen stützt sich hauptsächlich auf die im Rahmen des Projekts durchgeführten Arbeiten. Um die Schlussfolgerungen der Projektpartner zu bestätigen, wurden weitere Quellen herangezogen.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte: <https://www.guidemegreen.eu/>

2. DAS GUIDE ME GREEN PROJEKT

Die Covid-19-Krise hat zu erheblichen Veränderungen in den Bereichen Mobilität, Konsumverhalten, Freizeit, Arbeit und vielen anderen Bereichen unseres Lebens geführt. Diese Veränderungen haben bzw. werden erhebliche Auswirkungen auf das Reisen und den Tourismus, wie wir sie bisher kannten, haben. Infolge des erheblichen Rückgangs der Reisetätigkeit im Zusammenhang mit der Covid-19-Pandemie geriet der Tourismus in eine tiefe Krise. Da der Tourismus für den Aufschwung in Europa von zentraler Bedeutung ist, braucht er intelligente (digitale, nachhaltige) Ökosysteme für alle Tourismusakteure, die den Reisenden einprägsamere und nachhaltigere Erlebnisse bieten.

Heute, mehr als zwei Jahre nach Beginn des Projekts, hat der Tourismus in vielen Reisezielen das Niveau vor der Pandemie erreicht, in einigen sogar übertroffen. Zwar hat die Pandemie definitiv zu einem Anstieg der Entwicklung des nachhaltigen Tourismus geführt, doch sind diese Angebote für einen großen Teil der Bevölkerung immer noch nicht zugänglich. Guide me Green konzentriert sich speziell auf nachhaltiges Reisen und Tourismus für Reisende mit geringem Budget, aber die Gründe für fehlende finanzielle Ressourcen können vielfältig sein. Einerseits gehören dazu beispielsweise jüngere Reisende der Generation Z, die aktiv nach nachhaltigen, kostengünstigen Optionen suchen, und andererseits ältere Generationen aus schwierigen sozioökonomischen Verhältnissen und mit geringerem Bildungsniveau, die mit Konzepten der Nachhaltigkeit nicht sehr vertraut sind. Eine weitere mögliche Gruppe sind Reisende mit einer Behinderung oder einer Erkrankung, die keiner geregelten Arbeit nachgehen können und daher mit einem geringeren Budget reisen.

Neben der Sensibilisierung für die Notwendigkeit nachhaltigerer Reisemöglichkeiten für alle zielt Guide me Green darauf ab, eine Verbindung zwischen den Bedürfnissen von Touristen jeglicher Herkunft und den lokalen Gemeinschaften nach angemessenen nachhaltigen Reisen herzustellen. Gleichzeitig wendet sich das Projekt an die Reisenden aus einer Bildungsperspektive, um sie für nachhaltiges Reisen zu sensibilisieren, indem es bewährte Praktiken aufzeigt und ein angepasstes und hochwertiges Schulungsprogramm anbietet.

2. DAS GUIDE ME GREEN PROJEKT

Die Projektziele sind:

- einkommensschwache und benachteiligte Erwachsene zu inspirieren und zu befähigen, sich im nachhaltigen Tourismus zu engagieren, um den sozialen Zusammenhalt zu fördern.
- Unterstützung von Erwachsenenbildnern, um Einzelpersonen/Organisationen im Bildungs-, Zivil- und Tourismussektor zu befähigen, im Einklang mit der EU-Priorität der Klimaneutralität im Jahr 2050 (Europäische Tourismuskonvention 2020, Europäischer Green Deal) digitaler und grüner zu werden.
- Es ist wichtig, das Wissen der Reisenden (erwachsene Lernende) über nachhaltiges Reisen und die Möglichkeiten, die nachhaltiger Tourismus bietet, zu verbessern.
- Bieten Sie ein attraktives Weiterbildungsangebot für erwachsene Reisende, einschließlich derjenigen, die im Tourismussektor arbeiten (gering gebildete Arbeitnehmer, die wiederum Low-Budget-Reisende sind).
- Unterstützung benachteiligter und einkommensschwacher Gruppen beim Zugang zu nachhaltigem Tourismus durch die Befähigung von Vertretern der Gemeinschaft, Maßnahmen zu initiieren, die sich an Behörden, Zielgebietsmanagement/Tourismusbüros, Branchenvertretungen usw. richten.
- Ermutigung von nicht teilnehmenden Erwachsenen, geeignete (lokale und inländische) Tourismussoptionen in Betracht zu ziehen.

Die Projektpartner sind:

- **Koordinator:** Die Italienische Handelskammer für Deutschland e.V. (ITKAM)
- DomSpain (Spanien)
- EURAKOM (Frankreich)
- Landesverband Sachsen-Anhalt (vhs) (Deutschland)
- Nikanor (Bulgarien)
- AGRRA (Kroatien)
- X23 The Innovation Bakery (Italien)

3. UNSERE VISION

Unsere Vision ist, dass alle erwachsenen Reisenden in Europa ihre Reiseentscheidungen bewusst auf der Grundlage nachhaltiger Optionen treffen und über ausreichende Kenntnisse über ihre individuellen und kollektiven negativen Auswirkungen im Zusammenhang mit Reisen verfügen, um fundierte Entscheidungen treffen zu können. Unsere Vision ist auch, dass Reiseziele und Tourismusfachleute die soziale Nachhaltigkeit als Teil der nachhaltigen Tourismusentwicklung in vollem Umfang anerkennen. Während Reiseziele und Unternehmen zunehmend an der Verbesserung ihrer Umweltstandards arbeiten, hinken viele noch hinterher, wenn es darum geht, nachhaltige Optionen für das untere Preissegment anzubieten. Günstigere Unterkünfte wie Ein- oder Zwei-Sterne-Hotels, Campingplätze, Jugendherbergen usw. oder billige Gaststätten können ihre Nachhaltigkeitsstandards erheblich verbessern, ohne dass sie dafür große Investitionen tätigen müssen.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR BILDUNGSANBIETER UND AUSBILDER

1. NACHHALTIG REISEN

Problem: Mehr als drei Viertel der Menschen wollen ihre Urlaubsreisen nachhaltig gestalten, so der Bericht 2023 von Booking.com über nachhaltige Reisen. Eines der Hindernisse für nachhaltige Reisen ist dem Bericht zufolge jedoch ein Mangel an Optionen und die Unsicherheit darüber, wo man nach Urlauben suchen kann, die den Umweltschutz fördern und lokale Gemeinschaften unterstützen. Die Prozentsätze können natürlich von Land zu Land variieren, aber der Bericht zeigt einen allgemeinen Trend, der in unterschiedlichem Maße durch ähnliche Untersuchungen auf nationaler oder regionaler Ebene in den europäischen Ländern bestätigt wurde. Laut dem Booking.com-Bericht sind 74 % der Teilnehmer der Meinung, dass nachhaltiges Reisen unerlässlich ist, um den Klimawandel zu bekämpfen, und fast die Hälfte (49 %) glaubt, dass nachhaltige Reiseoptionen unerschwinglich sind. Angesichts der eskalierenden Inflation wird diese Wahrnehmung noch verschärft: 49 % der Reisenden sehen sich gezwungen, zwischen Nachhaltigkeit und finanziellen Zwängen zu wählen. Angesichts der Sorge um die Befriedigung der Grundbedürfnisse und die Bewältigung von Energiekrisen erscheint vielen die Nachhaltigkeit des Reisens als nicht dringlich. Darüber hinaus wünschen sich 47 % der Befragten eine Anleitung zu budgetfreundlichem, nachhaltigem Reisen, während 49 % nach Rabatten und wirtschaftlichen Anreizen suchen, um sich für umweltfreundliche Alternativen zu entscheiden. Obwohl also eine beträchtliche Anzahl von Reisenden einen nachhaltigen Tourismus anstrebt, stellen die hohen Kosten nach wie vor ein gewaltiges Hindernis dar.

Empfehlung: Anbieter von Erwachsenenbildung und Pädagogen müssen sicherstellen, dass Nachhaltigkeit zu einem Kernelement jedes Bildungsprogramms wird und dass die Lernenden ein Bewusstsein für nachhaltige Prinzipien und Praktiken entwickeln. Ebenso wichtig ist es, dass die Ausbilder die Vorteile nachhaltigen Reisens für die lokalen Gemeinschaften, die lokale Wirtschaft und die Umwelt vermitteln und dass nachhaltige Optionen nicht immer teuer sein müssen. Die Vermittlung einer Reihe von kostengünstigen Optionen für nachhaltiges Reisen wird die Verbreitung nachhaltiger Praktiken unterstützen und das Bewusstsein der Gastgeber und Reisenden schärfen.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR BILDUNGSANBIETER UND AUSBILDER

2. AKTUELLE TERMINOLOGIE UND KONZEPTE

Problem: Pädagogen verwenden unterschiedliche Terminologien und Konzepte, ohne deren Bedeutung für die Lernenden manchmal vollständig zu verstehen oder zu erklären. So werden die Begriffe "nachhaltiger Tourismus", "verantwortungsvoller Tourismus", "Ökotourismus", "langsamer Tourismus" oder "regenerativer Tourismus" parallel verwendet und haben auch unterschiedliche Bedeutungen, wenn sie in verschiedene europäische Sprachen übersetzt werden. Pädagogen verwenden auch eine andere und nicht mehr zeitgemäße Terminologie, um auf einige heikle Themen im Zusammenhang mit Behinderungen, Zugänglichkeit und besonderen Bedürfnissen (z. B. unterschiedliche Formate von Familien, ältere Reisende usw.) hinzuweisen, die für Zielgruppen gelten können, die mit einem geringen Budget reisen.

Empfehlung: Pädagogen müssen Konzepte und Terminologie im Zusammenhang mit Tourismus und Zugänglichkeit/Behinderungen überprüfen, um sicherzustellen, dass sie in einem Lernkontext angemessen angewendet werden. Wenn sichergestellt wird, dass Konzepte und Begriffe richtig verwendet werden, führt dies zu einem relevanteren Bildungsangebot. Wir empfehlen, bei der Verwendung von Begriffen und Definitionen europäische und internationale Standards zu verwenden (z. B. das UN Tourism Glossary oder das Eurostat-Glossar für tourismusbezogene Terminologie oder das Glossar der Europäischen Agentur für Sonderpädagogik und integrative Bildung für behindertenbezogene Terminologie, neben vielen anderen). Wir empfehlen Pädagogen außerdem, eine eigene Liste der in ihrem Kontext nützlichsten Begriffe zu erstellen und diese so spezifisch wie nötig zu gestalten, indem sie Beispiele anführen, die Erwachsene verstehen können.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR BILDUNGSANBIETER UND AUSBILDER

3. AWARENESS ABOUT GREENWASHING

Problem: Greenwashing ist zu einem großen Problem in der Tourismusbranche geworden. Viele Unternehmen behaupten, sie seien nachhaltig oder grün, ohne konkrete Beweise zu liefern, oder sie konzentrieren sich auf eine Sache, die sie sehr gut machen, während sie andere Aspekte auslassen, die erhebliche negative Auswirkungen auf die Umwelt, die lokalen Gemeinschaften oder sogar auf ihre eigenen Mitarbeiter haben. Während die EU-Richtlinie über Green Claims eine gewisse Klarheit in Bezug auf den Wert von Nachhaltigkeitssiegeln in der EU schaffen könnte, ist es für die erwachsenen Lernenden von heute schwierig, sich in dem derzeitigen Angebot an nachhaltigem Tourismus zurechtzufinden, einschließlich der verschiedenen Siegel und Zertifizierungen, die sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene angeboten werden. Mangelndes Bewusstsein und Verständnis für nachhaltige Praktiken machen es für erwachsene Lernende schwierig, echte nachhaltige Tourismusangebote zu erkennen, was sie zu leichten Zielscheiben für Greenwashing macht.

Empfehlung: Die Lehrkräfte sollten über den Wert von Gütesiegeln und Zertifizierungen informieren, die von unabhängigen Stellen oder Behörden entwickelt wurden und bei denen die Unternehmen von Dritten geprüft werden. Es ist wichtig, dass die Lehrkräfte die wichtigsten Nachhaltigkeitsaspekte vermitteln, die von den Tourismusanbietern eingehalten werden müssen, z. B. ökologische und soziale Nachhaltigkeit sowie Kriterien im Zusammenhang mit der internen Unternehmensführung und dem Betrieb. Neben der Anerkennung des Wertes von Gütesiegeln und Zertifizierungen müssen Bildungsanbieter jedoch auch besser vermitteln, wie man nachhaltige Angebote erkennt, indem sie klare Informationen bereitstellen, die eine Reihe von Kriterien zusammenfassen, anhand derer man erkennen kann, ob ein Tourismusangebot wirklich nachhaltig ist oder nicht.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR TOURISMUS-KMU UND UNTERNEHMEN

1. NACHHALTIGE TOURISMUSANGEBOTE

Problem: Die Gesamtzahl der KMU und Tourismusorganisationen, die nachhaltige Optionen für Low-Budget-Reisen und -Tourismus anbieten, ist nach wie vor begrenzt, insbesondere in Reisezielen, die auf Massentourismus oder Pauschalismus ausgerichtet sind. Nachhaltige Tourismuserlebnisse der Spitzenklasse gelten als rentabler und stehen im Mittelpunkt von Marketingkampagnen für nachhaltigen Tourismus. Darüber hinaus sind KMU, die bereits nachhaltige Reiseangebote für bestimmte Zielgruppen anbieten, nicht immer bereit, sich zu diversifizieren und angepasste Lösungen für Low-Budget-Reisende anzubieten. Nachhaltige Praktiken haben manchmal nicht die Größenvorteile traditioneller Methoden, was eine breite Akzeptanz erschwert. Darüber hinaus hält sich hartnäckig die Vorstellung, dass nachhaltige Produkte und Dienstleistungen aufgrund ihrer ökologischen oder ethischen Vorteile von Natur aus höhere Kosten rechtfertigen. Dieser Irrglaube veranlasst Unternehmen dazu, für nachhaltige Angebote höhere Preise zu verlangen, selbst wenn sich die Produktionskosten nicht wesentlich unterscheiden.

Empfehlung: KMU, die Touristen und Besucher mit kleinem Budget anlocken wollen, sollten sich besser über die Möglichkeiten informieren, nachhaltige Praktiken in ihre tägliche Arbeit zu integrieren. Diese können dem Unternehmen finanzielle Vorteile bringen und gleichzeitig mehr nachhaltigkeitsbewusste Reisende anziehen. Ebenso wichtig ist es, die KMU für die Vorteile einer Erweiterung ihrer Zielgruppen zu sensibilisieren, um ihr Angebot zugänglicher und inklusiver zu gestalten und so die soziale Nachhaltigkeit zu verbessern. Wir empfehlen den KMU, nach einschlägigen Schulungsmöglichkeiten Ausschau zu halten, um ihre Mitarbeiter in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen und Kommunikation weiterzubilden, damit sie ihre nachhaltigen Praktiken besser vermitteln können.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR TOURISMUS-KMU UND UNTERNEHMEN

2. VERSTÄNDNIS VON NACHHALTIGKEITSPRAKTIKEN

Problem: Einige Reisende, vor allem solche mit einem niedrigeren Bildungsniveau oder einem schwierigen sozioökonomischen Hintergrund, verstehen den Wert nachhaltiger Praktiken nicht und wissen nicht, warum sie sich an verschiedenen Initiativen am Urlaubsort beteiligen müssen. Selbst einige Reisende, die zum Beispiel zu Hause ihren Abfall für das Recycling sortieren, wollen dies im Urlaub nicht tun.

Empfehlung: Die Unternehmen müssen es den Reisenden leicht machen, den Anweisungen an ihrem Zielort zu folgen. Außerdem müssen sie den Reisenden die nachhaltigen Praktiken ihres Unternehmens erklären und erläutern, warum sie diese umsetzen. Ein erster und einfach umzusetzender Schritt besteht darin, die Praktiken für die Gäste sichtbar zu machen, und zwar in Form von Schildern, Mitteilungen auf der Website und in den sozialen Medien.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR TOURISMUS-KMU UND UNTERNEHMEN

3. INVESTITIONEN IN DIE NACHHALTIGKEIT

Problem: Verschiedene Umfragen, z. B. die von Eurobarometer im Jahr 2022 durchgeführte, haben gezeigt, dass die Unternehmen glauben, dass eine nachhaltige Entwicklung erhebliche zusätzliche Investitionen erfordert. Die Covid-19-Pandemie brachte erhebliche finanzielle Belastungen für die Tourismus-KMU mit sich, und einige von ihnen, die die Pandemie überlebt haben, kämpfen immer noch damit, die Einkommensverluste aus dieser Zeit auszugleichen. Während die Unternehmen heute mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert sind, um rentabel zu bleiben, wie z. B. Personalmangel und die Notwendigkeit, digitale Lösungen einzuführen, um auf dem Markt relevant zu bleiben, bleibt die Nachhaltigkeit ein Hauptfaktor für die Entwicklung eines Wettbewerbsvorteils, während eine zunehmende Anzahl von Aspekten im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit in ganz Europa obligatorisch wird.

Empfehlung: Die Unternehmen sollten im Detail untersuchen, was ohne große Investitionen getan werden kann, indem sie einfach die derzeitigen Praktiken optimieren. Die Kommunikation der Absicht, als Unternehmen in die richtige Richtung zu gehen, und die Sensibilisierung der Reisenden für Nachhaltigkeit sind bereits ein wichtiger Schritt. Unternehmen, die gerne nachhaltigere Praktiken anwenden würden, denen aber das Geld für Investitionen fehlt, sollten sich an die Behörden wenden und nach Möglichkeiten suchen, öffentliche Unterstützung zu erhalten, um einen Teil der notwendigen Investitionen zu decken.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG



FÜR ÖFFENTLICHE BEHÖRDEN

1. ENTWICKLUNG VON NACHHALTIGEN, KOSTENGÜNSTIGEN TOURISMUSANGEBOTEN

Problem: Lokale Behörden und DMOs konzentrieren sich zunehmend darauf, nachhaltigkeitsbewusste Reisende anzuziehen, bleiben aber für Touristen und Reisende mit niedrigem Budget relativ unzugänglich. Ein bedeutendes Segment von Touristen, das sich durch ein hohes Maß an "nachhaltiger Intelligenz" auszeichnet - dazu gehören Engagement, Einstellung, Wissen und Verhalten in Bezug auf Nachhaltigkeit - ist bereit, mehr zu zahlen, um Reiseziele zu besuchen, die ihren Werten entsprechen. Low-Budget-Reisende machen einen erheblichen Teil der gesamten Tourismusaktivitäten aus. Durch das Angebot nachhaltiger Optionen für diese Zielgruppe können Reiseziele die Umweltauswirkungen des Tourismus abmildern und gleichzeitig dem Bedürfnis nach einem leichter zugänglichen Tourismusangebot Rechnung tragen. Durch das Angebot erschwinglicher, nachhaltiger Angebote werden die Ausgaben für den Tourismus gleichmäßiger über das Reiseziel verteilt, so dass ein breiteres Spektrum von Einwohnern und Unternehmen davon profitiert. Die Diversifizierung des Tourismusangebots, um ein breiteres Spektrum von Gastgebern und Reisenden anzusprechen, macht die Reiseziele weniger abhängig von ausgabefreudigen Touristen und macht sie widerstandsfähiger und anpassungsfähiger an schwankende Marktbedingungen

Empfehlung: Reiseziele oder lokale Behörden können dieses Problem nicht isoliert angehen. Auch hier ist die Zusammenarbeit, in diesem Fall mit Geschäftsnetzwerken und Unternehmen, von entscheidender Bedeutung, um die Einführung nachhaltiger Praktiken und Optionen bei allen Arten von Unterkunftsanbietern, Restaurants und anderen Unternehmen, die Low-Budget-Reisende bedienen, zu fördern. Die Einrichtung gemeinsamer Treffen mit lokalen Unternehmen und das Angebot regelmäßiger Unterstützung bei der Umsetzung nachhaltiger Praktiken, einschließlich der Unterstützung bei der Beantragung einschlägiger Finanzierungsmöglichkeiten, kann dazu beitragen, die Umsetzung nachhaltiger Grundsätze in Unternehmen, die sich an Touristen und Besucher mit geringem Budget richten, zu fördern. Die lokalen Behörden sollten die Zusammenarbeit zwischen nachhaltigen Unternehmen und anderen lokalen Akteuren fördern, um Initiativen zu entwickeln, die auf Low-Budget-Reisende zugeschnitten sind. Durch die Bündelung von Ressourcen und Fachwissen können die Unternehmen innovative und erschwingliche nachhaltige Reiseerlebnisse schaffen. Die Unterstützung von Unternehmen bei der Anpassung von Produkten und Dienstleistungen an die Bedürfnisse von Low-Budget-Reisenden ist von entscheidender Bedeutung. Die Behörden sollten auch die Entwicklung von Schulungsangeboten im Zusammenhang mit der Nachhaltigkeit für lokale KMU in Erwägung ziehen und sie dabei unterstützen, wirksam über ihre nachhaltigen Praktiken zu kommunizieren.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR ÖFFENTLICHE BEHÖRDEN

2. INKLUSIVE ZIELE

Problem: Viele Reisende, die mit kleinem Budget reisen, sind auch durch eine körperliche oder geistige Behinderung eingeschränkt. Im Jahr 2022 waren 27 % der EU-Bevölkerung über 16 Jahren in irgendeiner Form behindert. Nach Schätzungen von Eurostat sind das 101 Millionen Menschen oder einer von vier Erwachsenen in der EU (Consilium 2023). Trotz zahlreicher Netzwerke, Organisationen und Verbände, die sich für inklusivere Reiseziele einsetzen, ist das touristische Angebot für Reisende mit einer Behinderung in vielen Reisezielen der Guide Me Green Partnerländer nach wie vor lückenhaft. Dort, wo es entsprechende Angebote gibt, sind sie für Reisende oft nicht sichtbar oder werden bei den entsprechenden Zielgruppen nicht ausreichend beworben. Die mangelnde Sichtbarkeit hängt oft mit der fehlenden Koordination rund um das Thema Inklusion innerhalb der lokalen Kultur und des touristischen Ökosystems zusammen.

Empfehlung: Eine engere Zusammenarbeit der Behörden mit Akteuren aus den Bereichen Tourismus, Bildung und Kultur sowie mit lokalen Verbänden wird dazu beitragen, dass alle Sehenswürdigkeiten, Besucherzentren, Museen und Orte von kulturellem Interesse für behinderte Reisende zugänglich sind. Die Unterstützung (der Aufbau) lokaler und regionaler Stakeholder-Netzwerke, die sich dem integrativen und nachhaltigen Tourismus widmen, wird dazu beitragen, bestehende Angebote zu ermitteln, zusätzliche Angebote zu schaffen und eine wirksame Kommunikation mit potenziellen Zielgruppen zu betreiben, seien es lokale, regionale, nationale oder internationale Besucher.

4. POLITISCHE EMPFEHLUNG

FÜR ÖFFENTLICHE BEHÖRDEN

3. BESSERE EINBEZIEHUNG DER GEMEINSCHAFT UND ZUSAMMENARBEIT

Problem: Die Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken in Reisezielen wird durch mangelndes Engagement der Gemeinden und mangelnde Beteiligung an der lokalen Tourismusentwicklung untergraben. Die Nachhaltigkeit wird auch durch einen Mangel an Zusammenarbeit zwischen Gemeinden und Tourismus-KMU untergraben, was dazu führt, dass viele Tourismusangebote für die anspruchsvollen Reisenden von heute nicht attraktiv sind, während sie auch nicht die Bedürfnisse und Erwartungen der lokalen Bevölkerung am Reiseziel widerspiegeln. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Förderung der allgemeinen Nachhaltigkeit in Reisezielen erfordert, dass die lokalen Behörden aktiv mit den Gemeinden kommunizieren und sie einbeziehen, um die Widerstandsfähigkeit und Akzeptanz der touristischen Entwicklung in Reisezielen zu verbessern.

Empfehlung: Es gibt zahlreiche bewährte Verfahren, wie Reiseziele die lokale Bevölkerung erfolgreich in die Tourismusentwicklung einbinden können. Aktive Gemeinden und Interessengruppen sind das Herzstück eines nachhaltigen Reiseziels. Das Engagement der Gemeinschaft und die Beteiligung von Gemeinschaften und Interessenvertretern an der Entscheidungsfindung sind von entscheidender Bedeutung, um sicherzustellen, dass die touristische Entwicklung und die allgemeine Entwicklung von Reisezielen mit den Bedürfnissen und Erwartungen aller übereinstimmen, die am Reiseziel leben und arbeiten. Es wird daher empfohlen, die Möglichkeiten der Beteiligung sorgfältig zu prüfen. Zusätzlich zu den Erhebungen und Konsultationen, die häufig an Reisezielen durchgeführt werden, könnte die lokale Behörde verschiedene thematische Arbeitsgruppen einrichten, die Rückmeldungen aus der Gemeinde einholen und Vorschläge zur Verbesserung der touristischen Entwicklung oder der Nachhaltigkeit am Reiseziel unterbreiten können.

LITERATURHINWEISE

The Travel Foundation, Involving Communities in Tourism development

<https://www.thetravelfoundation.org.uk/casestudy/involving-communities-in-tourism-development/>

Eurobarometer, Attitudes of Europeans towards Sustainability (2022)

<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2283>

Eurobarometer, SMEs, resource efficiency and green markets (2022)

<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2287>

European Travel Commission, EUROPEAN TOURISM 2023 – TRENDS & PROSPECTS (Q4/2023), <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2023-trends-prospects-q4-2023/>

Booking.com Sustainable Travel Report 2023

<https://globalnews.booking.com/download/31767dc7-3d6a-4108-9900-ab5d11e0a808/booking.com-sustainable-travel-report2023.pdf>

European Council, Disability in the EU: Facts and Figures

<https://www.consilium.europa.eu/en/infographics/disability-eu-facts-figures/#:~:text=According%20to%20Eurostat%20estimates%2C%20that,people%20adults%20in%20the%20EU.>

Project 2021-1-DE02-KA220-ADU-000035124