



TourCert-Label für nachhaltige Destinationen

Information für Partner

Mittwoch, 9. Juni, Gemeindesaal Scuol

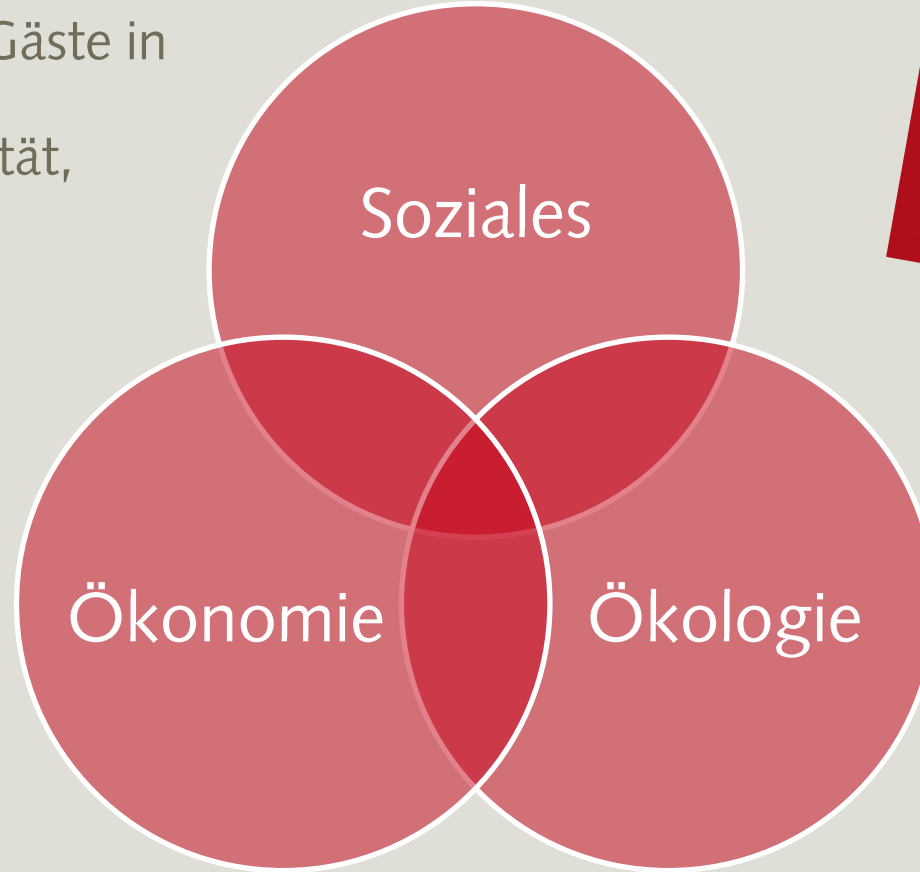
Ohne Nachhaltigkeit kein Tourismus.



Die 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit

Ein für Einheimische und Gäste in Bezug auf soziale Aspekte (Gesellschaft, Lebensqualität, Kultur etc.) attraktives Lebensumfeld

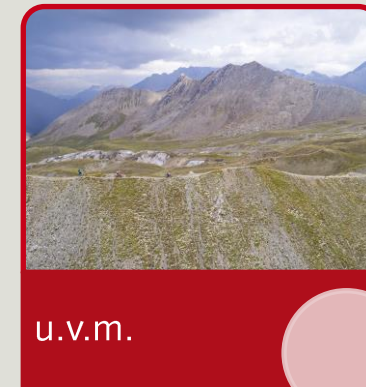
Eine wirtschaftlich innovative, attraktive und erfolgreiche Region mit Potenzial für die Zukunft



Nachhaltigkeit
=
Balance der 3 Dimensionen

Ein ökologisch wertvoller Lebensraum für Mensch und Tier mit einer hohen Natur- und Landschaftsqualität

Massnahmen und Projekte



Auszeichnungen und Labels



«Swisstainable –
Leading» 2021



Myclimate-
Award 2015

MILESTONE
+ **EXCELLENCE IN TOURISM**

«Modellregion
Nachhaltigkeit»
2011 sowie
weitere
Nominationen

Für Mensch
und Umwelt



1. Platz VCS-
Studie «mobil &
ökologisch»

TourCert – Label für nachhaltige Destinationen



Nachhaltigkeitszertifizierung TourCert für die Destination Engadin Samnaun Val Müstair

Informationsveranstaltungen

**Weshalb die
Nachhaltigkeitszertifizierung
der richtige Weg ist**

Institut für Tourismus & Mobilität ITM
Kompetenzzentrum Tourismus
Urs Wagenseil & Melanie Wyss

**a) Internationale
Betrachtung**



**b) Betrachtung Schweiz
(Politik, Tourismus)**



**a) Destinations-
Zertifizierung TourCert**



Lucerne University of
Applied Sciences and Arts

**HOCHSCHULE
LUZERN**

Wirtschaft

FH Zentralschweiz

a) Internationale Betrachtung



Globale Bestrebungen für nachhaltigen Tourismus

Nebst den SDGs sind vor allem Frameworks von GSTC, UNWTO, ETIS etc. relevant

Die globalen Zielvereinbarungen erhöhen aktuell den politischen Druck, Massnahmen zur Zielerreichung bis 2030 zu setzen, um konkrete Fortschritte vorweisen zu können.



Nachhaltiger Tourismus im internationalen Vergleich

Best-Practice Beispiele – aktuell viele Bewegung und neue Initiativen!

Norwegen – Pioniere seit 2007



**SUSTAINABLE
DESTINATION**
LOCAL ENGAGEMENT
IN A LONG PERSPECTIVE



**GREEN
TRAVEL**

Green news from Norway



over **The bee highway through Oslo** **The world's first plastic-free shipping company** **Join t**

Oslo
Oslo Thanks to a guide of urban beekeepers, businesses, and locals, the bees of Oslo can safely fly across town all the way from Holmenkollen to Lake Nærvann.

Plastic bags, plastic cutlery and plastic packing will soon be blasts from the past as Hurtigruten bans all single use plastic from their ships.

More tha
the inter
the comp

Slowenien & Finnland – ganzheitliche Programme



Island – viele bottom-up Initiativen / Info



Neuseeland – grosse Visionen und bottom-up Effort

LEADING THE WORLD IN SUSTAINABLE TOURISM

The New Zealand Tourism Sustainability Commitment aims to see every New Zealand tourism business committed to sustainability by 2025.

ECONOMIC Economically sustainable, resilient and innovative businesses	VISITOR World-leading experiences that exceed visitor expectations	COMMUNITY Communities which benefit from and are supported by tourism	ENVIRONMENT Protecting, restoring and enhancing our natural environment and biodiversity
--	--	---	--

Aber auch regionale und lokale Destinationen gehen den Weg der Nachhaltigkeit!

Beispiel Hochschwarzwald / Baiersbronn in Deutschland

Umweltschonend für Jedermann

Nachhaltiger Urlaub im Hochschwarzwald

Sie möchten Urlaub machen und dabei Ressourcen schonen? Der Hochschwarzwald ist von TourCert als "Nachhaltiges Reiseziel" ausgezeichnet und bietet daher viele Angebote und Möglichkeiten auch beim Reisen auf die Umwelt zu achten: Übernachten bei zertifizierten Gastgebern, ein Ausflug zu unseren **Naturparkwirtin**, ein Besuch bei unseren nachhaltigen Attraktionen und das Ganze mit dem **E-Bike** oder unserem **E-Carsharing** Angebot.





Gastgeber im Bereich Nachhaltigkeit
Zertifizierte Gastgeber



Produkte direkt aus dem Hochschwarzwald
Regionale Kulinarik



Nachhaltigkeit erleben
Nachhaltige Angebote



Geschichten aus Wald und Flur
Reisemagazin



Was wir tun
Nachhaltigkeit im Unternehmen

Genuss Natur Entdecken Buchen Service

Nachhaltige Partnerbetriebe
Ein schonender Umgang mit Ressourcen hat in Baiersbronn Tradition. Einige Betriebe haben dies zu ihrer Unternehmensphilosophie gemacht.

NACHHALTIGE GASTGEBER BUCHEN



Baiersbronner Schätze
Baiersbronn für Gaumen und Magen, der Name ist Programm. Hinter den Schätzen stecken lokale Köstlichkeiten, die es nur bei uns gibt.

BAIERSBRONNER SCHATZE ENTDECKEN



Barrierefreies Reichenbachtal
Idyllisch, geschichtsfrei und frei von Hindernissen: Im Reichenbachtal können Sie mit Kinderwagen, Rollator oder Rollstuhl auf Rundtour gehen.

MEHR ZUR BARRIEREFREIHEIT



Vier Räder-Cache
Der Schatz des barrierefreien "Vier Räder-Cache" kann problemlos mit dem Rollstuhl, dem Kinderwagen oder dem Fahrrad gehoben werden.

MEHR ÜBER GEOCACHING ERFAHREN



Murgels Spielhaus
Die Großen müssen leider draußen bleiben. Hier wird gespielt, gemalt und getobt. Zwischendurch erzählt Murgel Geschichten.

MURGELS SPIELHAUS ENTDECKEN



Leitbildprozess "Unser Dorf"
Gemeinsam Großes bewirken: In einem Wettbewerb haben Bürger und Experten eine Vision für Baiersbronns kulturelle Zukunft entwickelt.

MEHR ZUM PROJEKT ERFAHREN



Anreise mit dem ÖPNV
Viele Wege führen nach Baiersbronn. Unser Verkehrsnetz lässt Sie auch ohne Auto nicht sitzen. Viele Hotels bieten außerdem Shuttle-Services an.

NACHHALTIG ANREISEN



KONUS
Freie Fahrt im öffentlichen Verkehr und Vergünstigungen bei vielen Angeboten. Mit der KONUS-Gastkarte wird Ihr Urlaub nochmals versüßt.

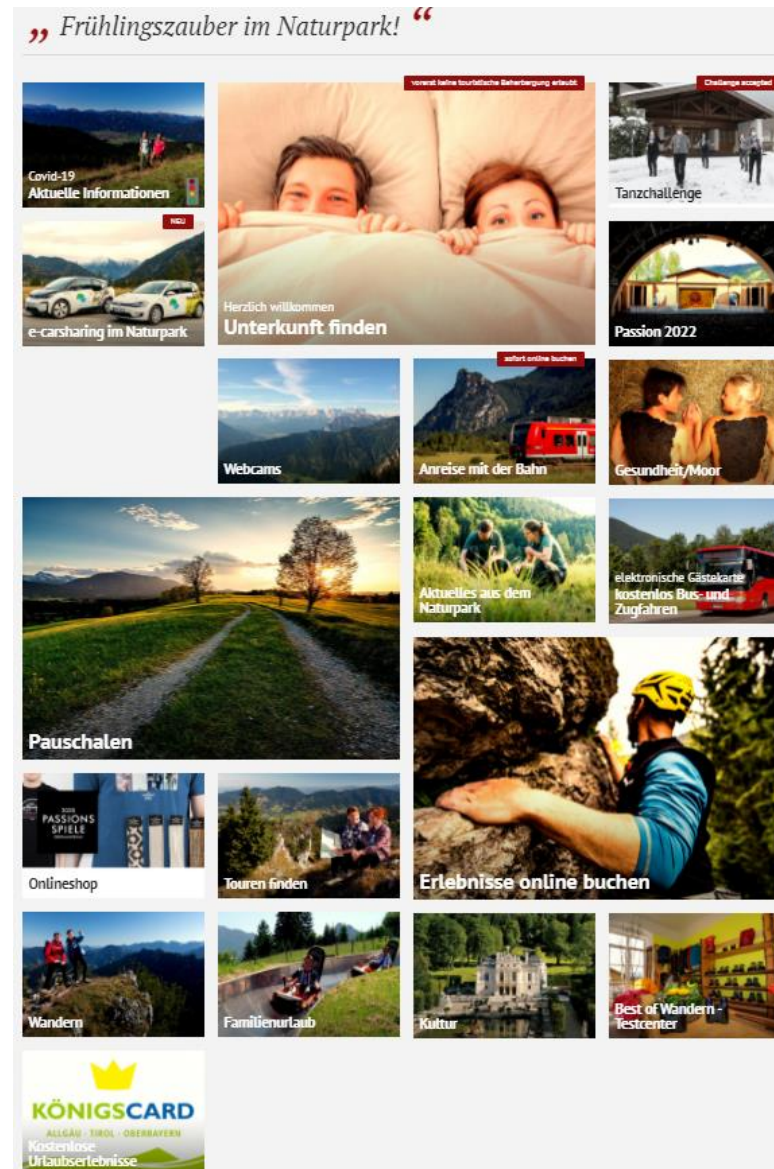
MEHR ÜBER KONUS ERFAHREN



E-Bus in Baiersbronn
Barrierefreier Zustieg und rund um Baiersbronn unterwegs. Mit dem E-Bus kommen Sie umweltfreundlich bis zu unseren Wanderhütten.

E-BUS IN BAIERSBRONN

... oder die Ammergauer Alpen etc.



Fazit 1

a) Internationale Betrachtung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b) Schweiz Betrachtung



c) Destinations-Zertifizierung



b) Betrachtung Schweiz

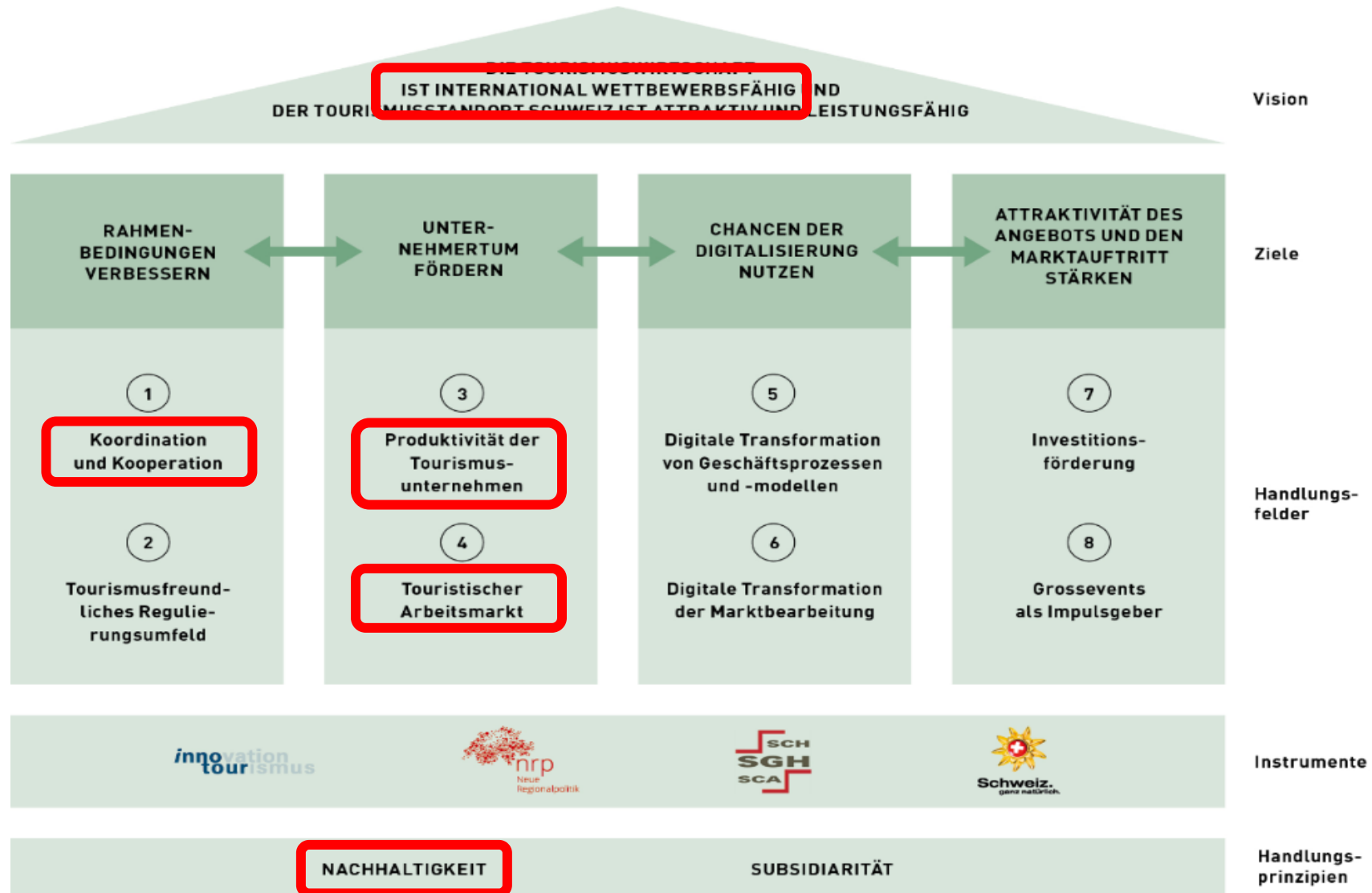


b1) Politik



Tourismuspolitik

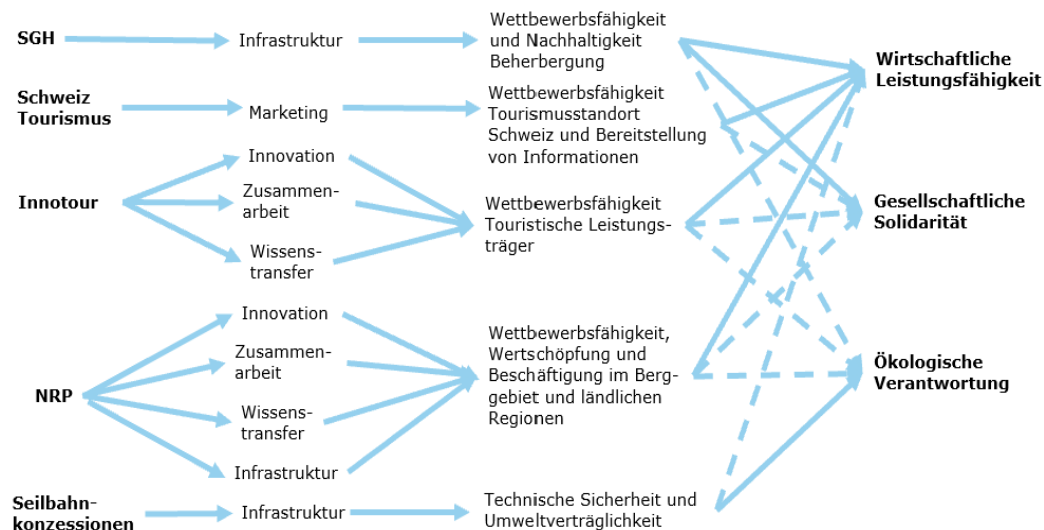
Handlungsfelder



Projekt-Konsortium: 40 Empfehlungen zuhanden SECO für alle 12 UNWTO Handlungsfelder

Instrumente der Tourismuspolitik
Innotour
SGH
Schweiz Tourismus
NRP
Seilbahnkonzessionen
Sondersatz Mehrwertsteuer
GAV Gastgewerbe
Touristische Berufsbildung
Tourismusstatistik
Tourismus Forum Schweiz

Wirkungsmechanismen



Effekte in ...

Raumkonzept Schweiz
Förderung kohärente Raumentwicklung
Modellvorhaben nachhaltige Raumentwicklung
Strategie für Baukultur
Kulturförderungsgesetz
Aktionsplan Grüne Wirtschaft
Reffnet.ch
Pärkepolitik
Bodenstrategie
CO2-Gesetz
CO2- Abgabe
Aktionsplan Anpassung Klimawandel
Aktionsplan Biodiversität
Agglomerationsprogramme Verkehr und Siedlung
Sachplan Verkehr
Massnahmenplan Langsamverkehr
Wettbewerbliche Ausschreibungen ProKilowatt
Verfügung Photovoltaik Anlagen

... über kurz oder lang wird man die politische Einflussnahme überall in der Schweiz, und in sehr vielen Tourismus-relevanten Bereichen spüren.

b2) Schweiz Tourismus



Schweiz Tourismus.

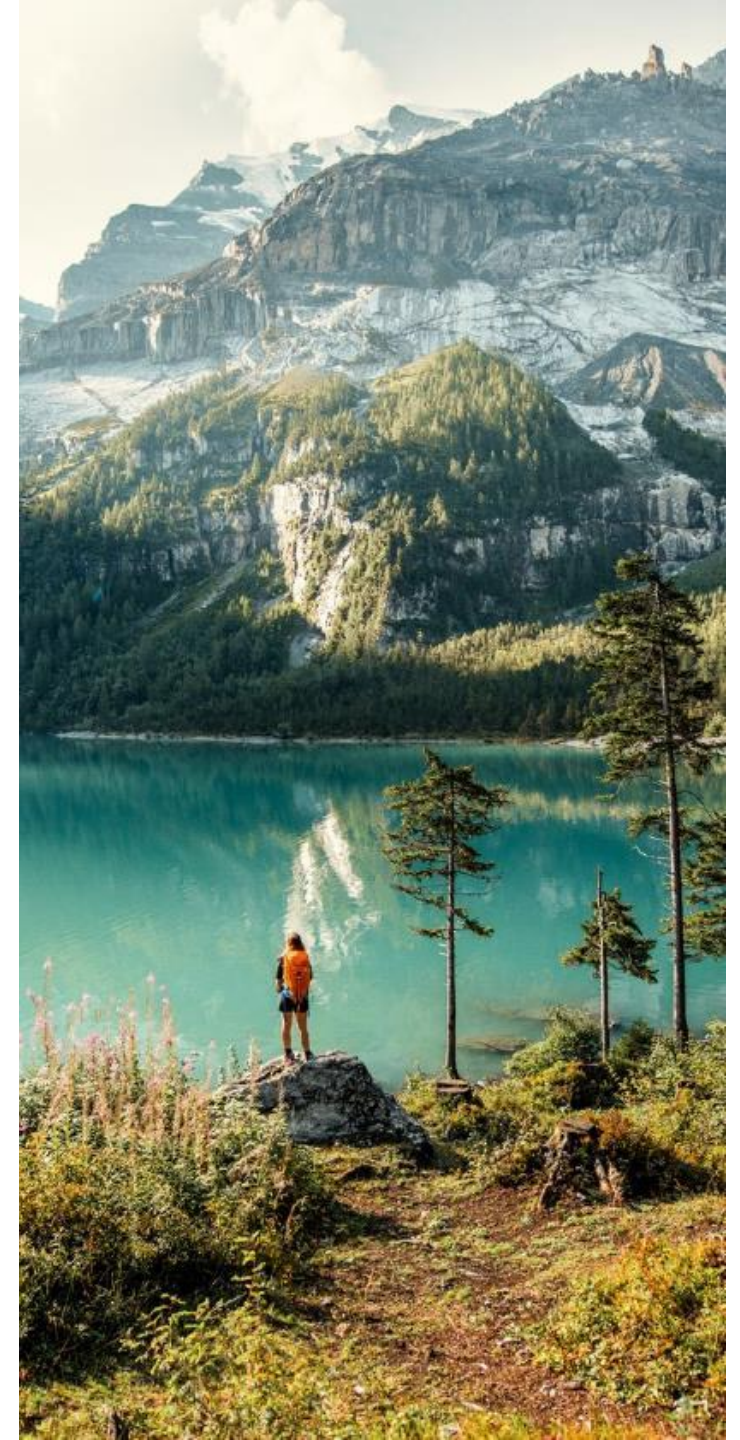


Swisstainable

Strategie für eine nachhaltige
Entwicklung des Reiselandes Schweiz

Wo wir heute stehen

- Kein Nischenthema mehr → im Mainstream angekommen
- Schweizer Bundesrat hat sich für eine klimaneutrale Schweiz bis 2050
- Der Nachhaltigkeit wird in der neuen Tourismusstrategie eine zentrale Bedeutung zugemessen
- Das Swisstainable Label soll eine Orientierung schaffen
- Die ursprüngliche Natur der Schweiz ist eines der Hauptreisemotive unserer Gäste



Ohne Nachhaltigkeit keine Zukunft

Wohin die nächste Reise geht, wird künftig stärker von der Nachhaltigkeit des Angebots beeinflusst. Ausserdem rechtfertigt die Nachhaltigkeit ein höheres Preisniveau

- Eine aktuelle Studie zeigt: Jeder bzw. jede zweite Reisende möchte nachhaltiger unterwegs sein und 69 % der Befragten wünschen sich mehr nachhaltige Reiseangebote.*
- Eine Befragung von Schweiz Tourismus zeigt, dass sie Nachhaltigkeit mit hoher Qualität assoziieren und eine höhere Zahlungsbereitschaft dafür haben.**



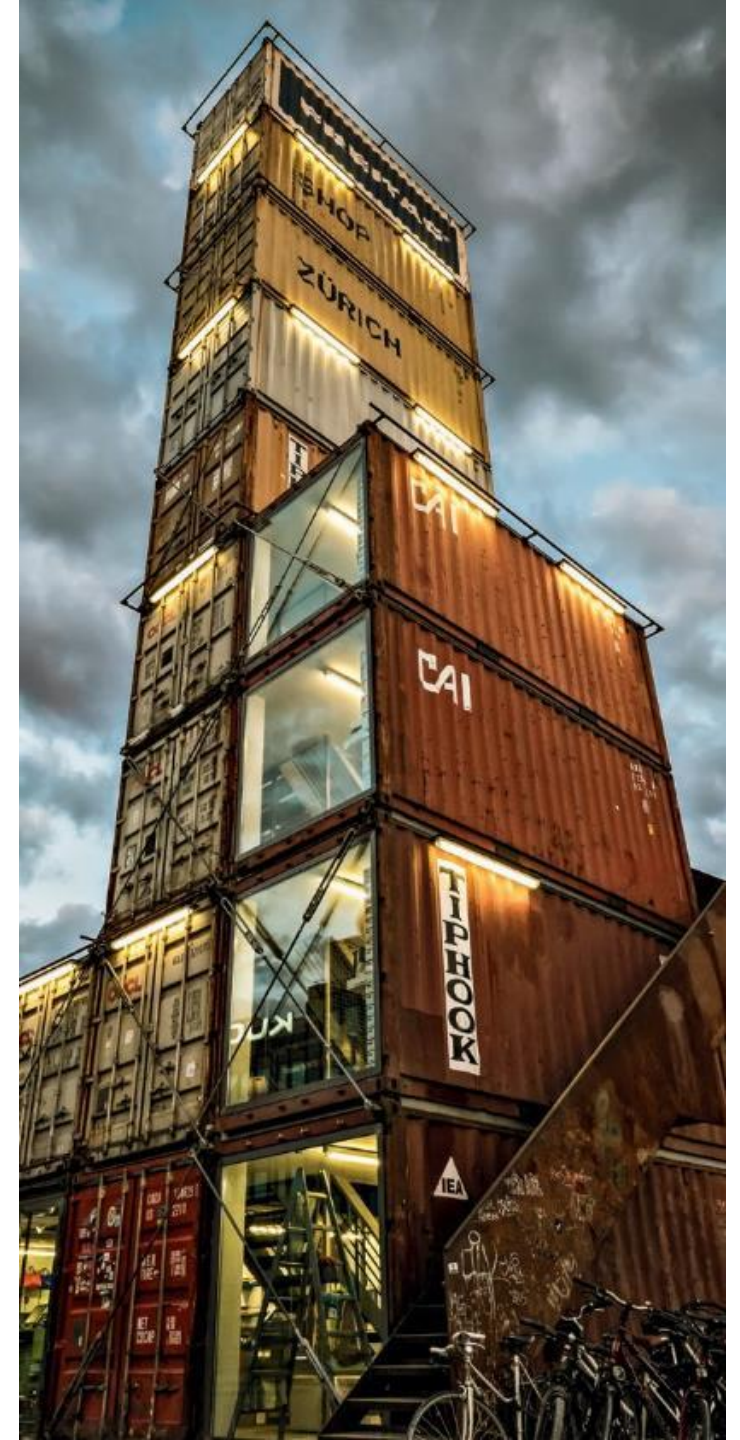
* Quelle: Studie von booking.com, 2020

** Quelle: Gästebefragung Tourismus Monitor Schweiz (TMS) von Schweiz Tourismus (ST), 2019

Nachhaltigkeit als Bereicherung

Nachhaltiges Reisen bedeutet keinen Verzicht, sondern bewusster und genussvoller zu reisen.

- Die Natur nah und ursprünglich geniessen
- Die lokale Kultur authentisch erleben
- Regional konsumieren
- Länger bleiben und tiefer eintauchen



Kernbotschaft

Nachhaltigkeit startet nicht mit dem Marketing!

*Eine **nachhaltige Destination** ist ein
Gemeinschaftswerk, das vom **partnerschaftlichen
Zusammenwirken**
aller beteiligten Institutionen / Betriebe lebt.*

Das heisst vom (Destinations-)Produkt.



Fazit 2

a) Internationale Betrachtung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b) Schweiz Betrachtung



b) Tourismus-Destinationen bieten plus/minus «das Gleiche» – Differenzierung ist ein Muss.

c) Destinations-Zertifizierung



c) TourCert – Nachhaltigkeitsprozess Destination

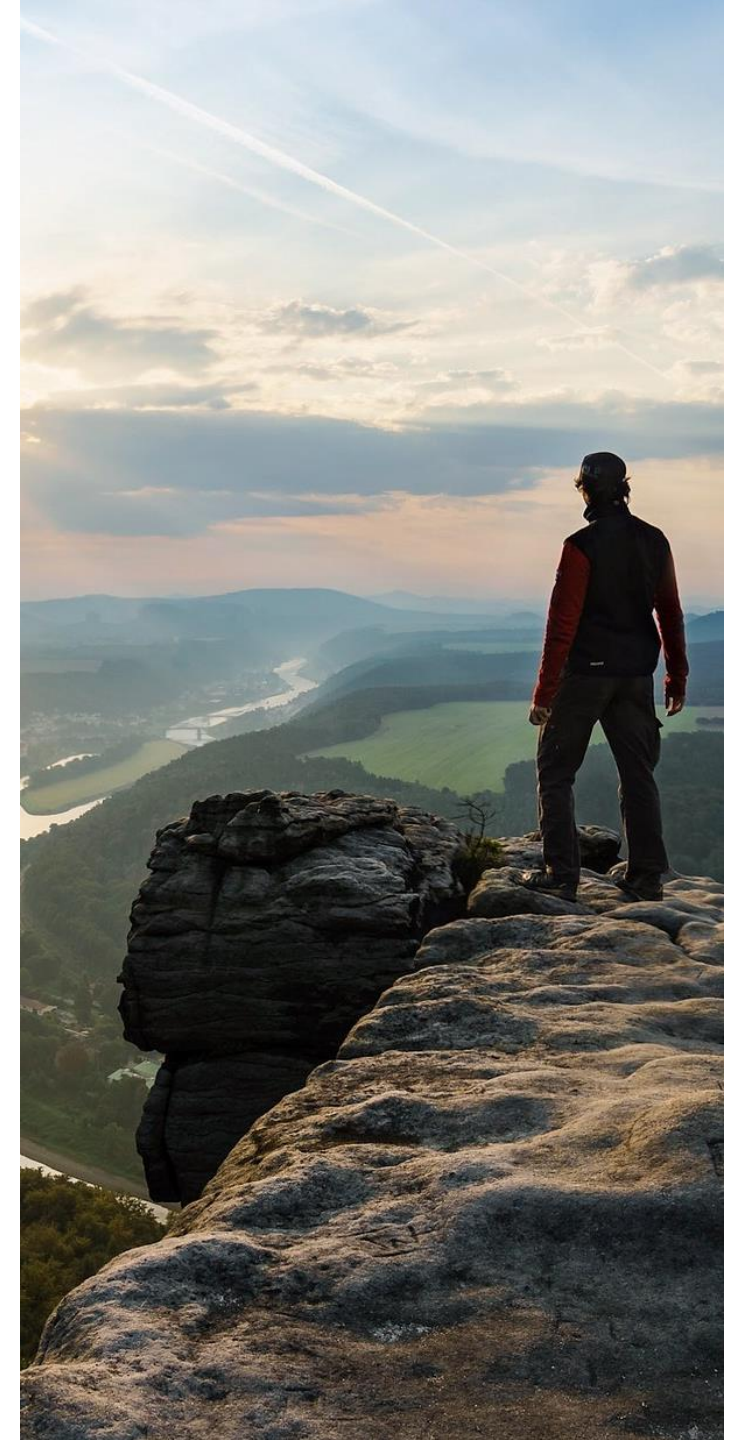


TourCert®

Das TourCert Zertifizierungsprogramm

Nachhaltigkeit messen und verbessern!

- Seit **2009** ein etabliertes und international anerkanntes und ausgezeichnetes Beratungs- & Zertifizierungssystem
- Platz 1, 2 und 5 von 36 untersuchten Zertifizierungssystemen im nachhaltigen Tourismus (Verbraucher Initiative e.V. und ZENAT, 2017). Besonders hervorgehoben wurden **Transparenz, Glaubwürdigkeit** und der **ganzheitliche** Ansatz
- Zielgerichtet und praxisnah → in intensivem Austausch mit den Anspruchsgruppen wird Ihre Destination strategisch nachhaltig ausgerichtet
- Basierend auf glaubwürdigen und **international anerkannten Standards** (ISO, EMAS, GSTC etc.)
- Wachsendes Partnernetzwerk mit bereits über 20 zertifizierten Destination



Wie geht TourCert vor?

Die Bausteine für erfolgreiche Nachhaltigkeit



Empowerment

- Mitarbeiterqualifikation
- Praktische Werkzeuge



Sektor spezifische Messbarkeit

- Spezifische Kriterien und Indikatoren
- Quantitative und qualitative Indikatoren
- Benchmarks



Wertschöpfungskette

- Stakeholder-Ansatz
- Checks und Umfragen



Stetige Weiterentwicklung

- Verbesserungsprogramm
- Regelmäßiges Monitoring



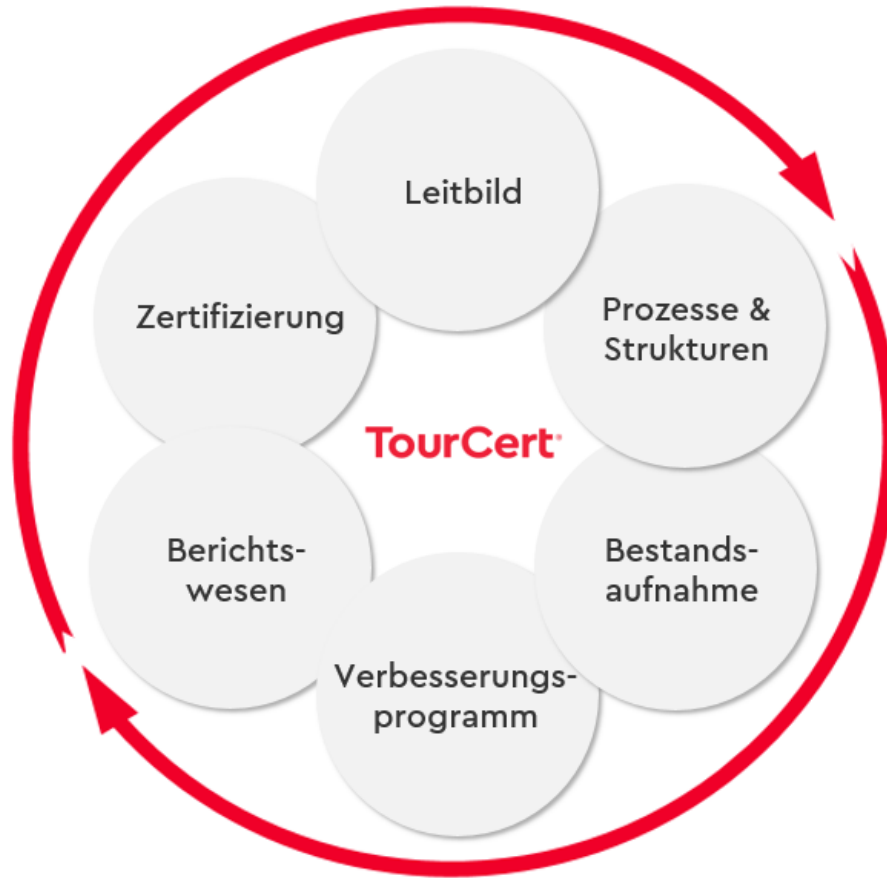
Worum geht es in der Zertifizierung?

Beispiele aus den Kriterien

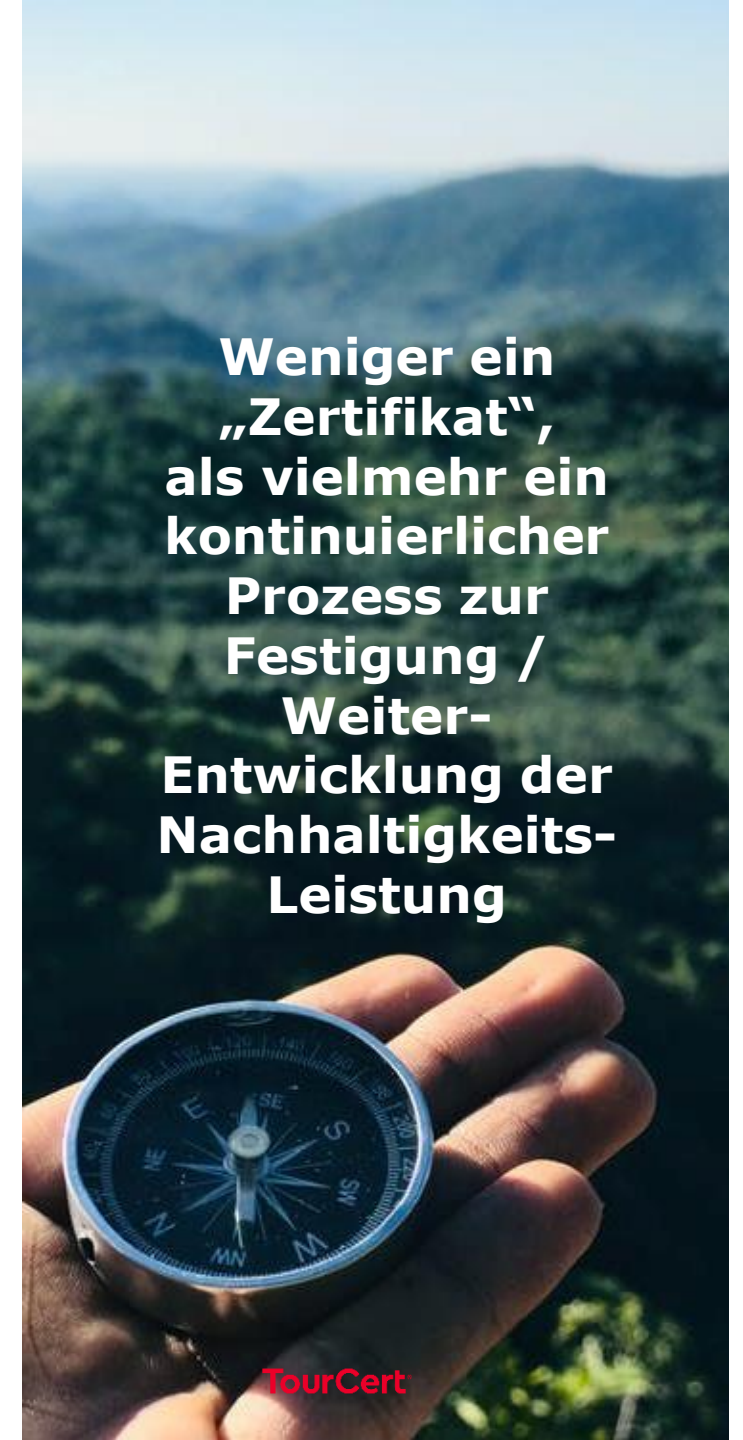


Ein kontinuierlicher Prozess!

Gelebte Nachhaltigkeit mit Langfristigkeit



**Weniger ein
„Zertifikat“,
als vielmehr ein
kontinuierlicher
Prozess zur
Festigung /
Weiter-
Entwicklung der
Nachhaltigkeits-
Leistung**



Ziel der TourCert Zertifizierung

Es geht nicht um einen Kriterienkatalog wo einzelne Parameter erfüllt/nicht erfüllt sind und so eine «Endnote» zustande käme, welche über Zertifizierung Ja oder Nein entschieden wird, sondern um:

- a) eine erste destinationsspezifische Standortorientierung (mit partiellen Vergleichsmöglichkeiten zu anderen Destinationen zur Orientierung)
- b) und um das Auslösen von (neuen) Massnahmen zur Stärkung und Optimierung, resp. gezielteren Positionierung der NH-Themen und der Destination.

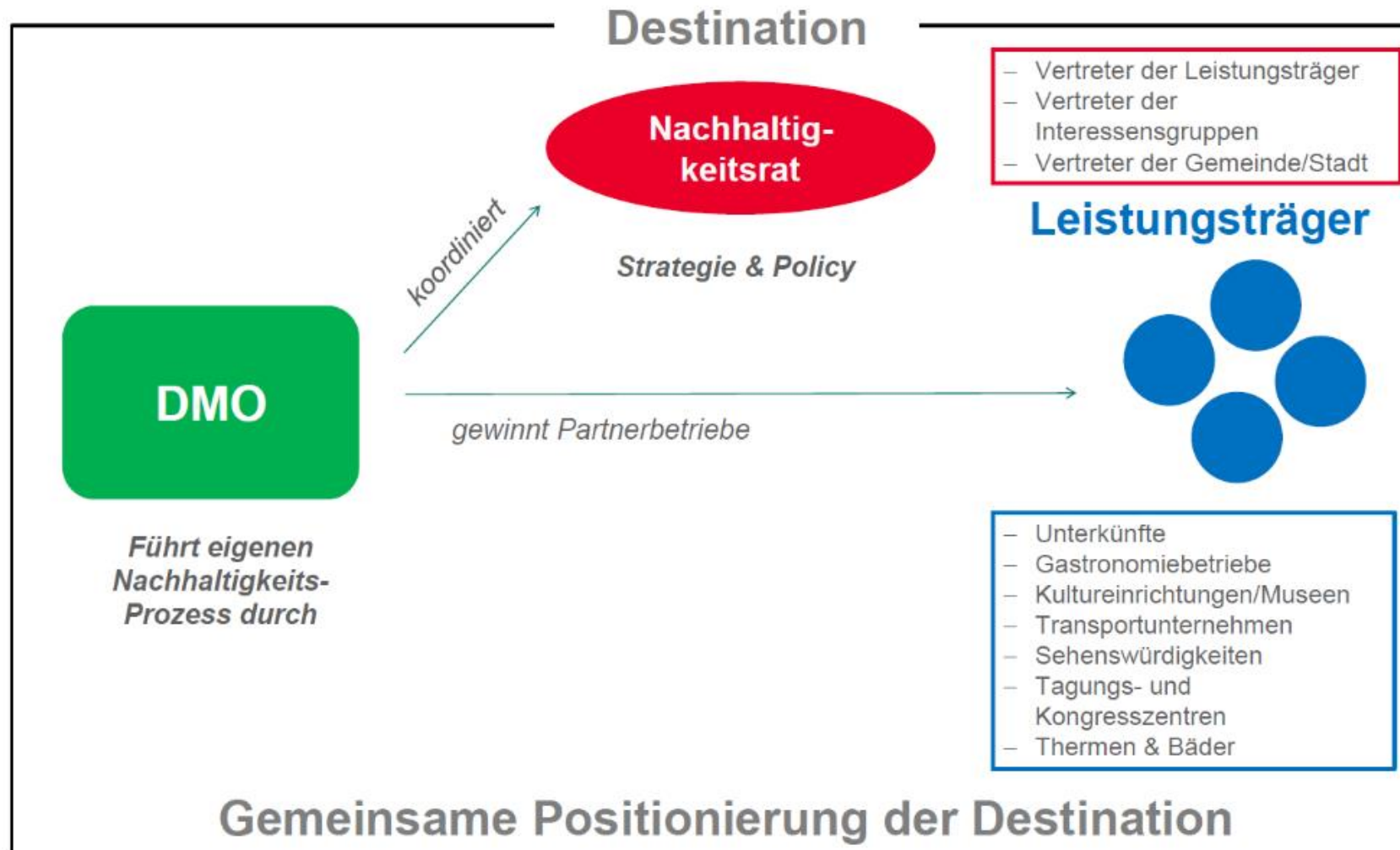
→ es geht um einen Vergleich über die Zeit mit sich selber und zwar ganz individuell pro Destination. Dies soll zu Wettbewerbsvorteilen führen, aber auch grundsätzliche politische und soziale Zielerreichung unterstützen.

Prozessbegleitung: kompetent, destinationsspezifisch und effizient

TourCert begleitet Destinationen mit praxiserfahrenen Coaches



Nachhaltigkeit und Zusammenarbeit innerhalb der Destination



Die TourCert Online Plattform – unterstützendes Werkzeug des Zertifizierungsprozesses

Checks, Bewertung, Umfrage und Reporting zur Erhebung und Auswertung von ökonomischen, ökologischen und sozialen Daten

TourCert

☰

✉ ☁ 📺

🔍 CSR-Check Reiseveranstalter

☰ Prozesse & Strukturen ▾

Nachhaltigkeitsmanagerin

Wissensmodule

Stärken-Schwächen Profil

Stakeholderanalyse

Nachhaltigkeitsleitbild

€ Wirtschaftsdaten

📅 Reiseangebote <

♥ Kunden <

👤 Mitarbeitende <

🌿 Betriebsökologie <

🎯 Leistungsträger in der Wertschöpfungskette <

Verbesserungsprogramm

👤 Kernindikatoren

Nachhaltigkeitsbericht

Audit und Zertifizierung <

Der Weg zum Leitbild

Der Weg zum Leitbild

Wer sind wir?
Was ist unser Ziel?
Was ist unser Wert?
Was ist unser Image?

Werte
Mission

Erreichbare
Ziele

Ökologische
Verantwortung

Präzise
Leitsätze

Ethische Werte

Das Leitbild macht die grundsätzlichen ethischen Werte und Ziele des Unternehmens nach innen und außen bewusst. Es dient zur Orientierung für die Mitarbeitenden bei allen Entscheidungen und Handlungen und definiert die Erwartungen an die Führung.

Öffentliche Selbstverpflichtung

Das Leitbild ist eine Selbstverpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit und positioniert das Unternehmen mit dem angestrebten Image.

Soziale und ökologische Verantwortung (CSR)

Das Unternehmen berücksichtigt im Leitbild seine wesentlichen sozialen und ökologischen Herausforderungen und zeigt, wie die Verantwortung zu diesen Aspekten wahrgenommen wird. Die Unternehmensverantwortung (CSR) wird als gleichberechtigtes Unternehmensziel im Kerngeschäft verankert und dabei werden systematisch die Interessen der unterschiedlichen Stakeholder (Anspruchsgruppen) berücksichtigt.

Präzise Leitsätze

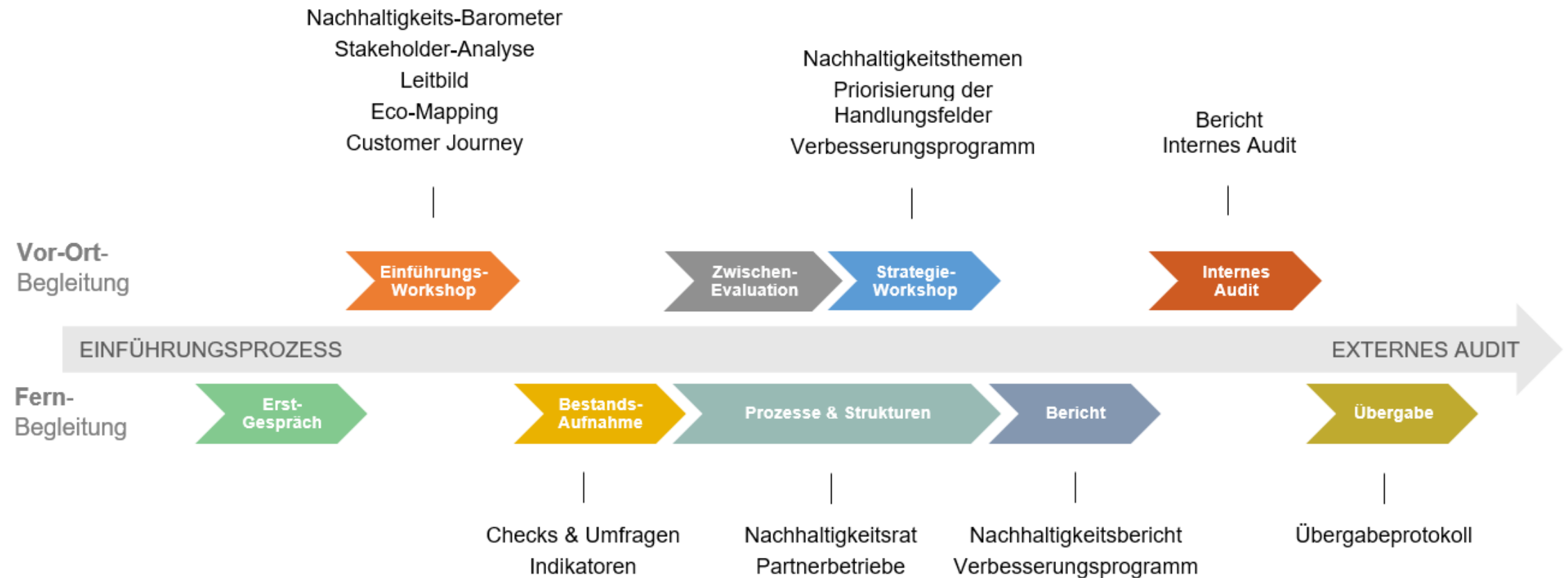
Beim CSR-Leitbild geht es nicht um Sprechblasen, die für jedes Unternehmen zutreffen, sondern um präzise Leitsätze, die die Einzigartigkeit des Unternehmens darstellen.

Leitfragen zur Erstellung des Leitbilds:

- Wer sind wir?
- Welche Wünsche erfüllen wir unseren Kunden?
- Wie profilieren wir uns am Markt?
- Welches sind die Werte, für die wir stehen?
- Was verstehen wir unter Verantwortung?
- Wie arbeiten wir im Team?

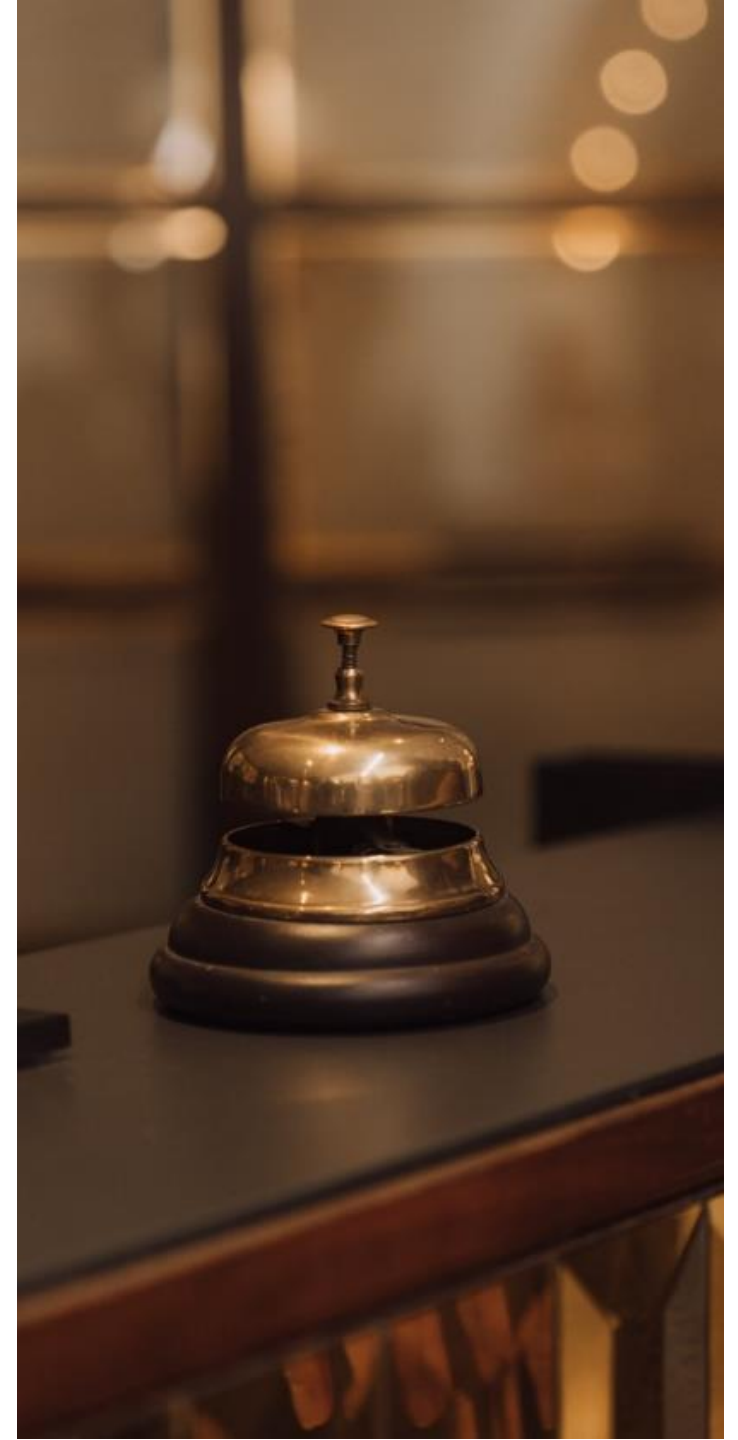
Betreuter Ablauf / Prozess

Gesamtdauer liegt bei ca. 12 Monaten



Wichtigkeit der Partnerbetriebe

- Eine Destination ist die Gesamtheit aller touristischen Akteure.
- Innovation und nachhaltige Veränderung der einzelnen Leistungsträger tragen zur Nachhaltigkeit in der Destination bei.
- Leistungsträger machen Nachhaltigkeit für die Gäste erst erlebbar.



Wie kann man Partnerbetrieb werden?



Wie funktioniert das TourCert Qualified?

1. Anmeldung (koordiniert von der DMO)
2. E-Learning
3. TourCert Self-Check und Ressourcenverbräuche
4. Nachhaltigkeitsverpflichtung
5. Verbesserungsprogramm

→ Kostenlos für die ersten 3 Jahre der Erstzertifizierung

TourCert[®]
Qualified

Vorteile für Partnerbetriebe in der Destination

- ✓ Stärken und Potenziale der Unternehmen werden anhand der Checkliste ermittelt.
- ✓ Unternehmen können mit dem Partnerlogo werben und werden **wichtiger Akteur** des „Nachhaltigen Reiseziels“.
- ✓ **Vernetzung** mit anderen Partnerbetrieben durch Treffen, Erfahrungsaustausch, Infoveranstaltungen, Workshops, Fachgespräche, Schulungen, etc. auf Grundlage der Partnerschaft.
- ✓ Partnerbetriebe leisten ihren **Beitrag zur Zukunftssicherung** und setzen ein Zeichen!
- ✓ Partner sind **eingebundene Akteure** im Destinationsprozess – **harmonischere Entwicklungsmöglichkeit**

Gute Gründe für das Nachhaltigkeitssystem von TourCert

Verwandelt gute Vorsätze in nachhaltige Taten!

- ✓ **Ganzheitliche Adressierung** aller drei Nachhaltigkeitsdimensionen (soziale, ökologische und ökonomische Dimension)
- ✓ Zeigt **wie es um die Nachhaltigkeit in Ihrer Destination steht**
- ✓ **Motiviert** Mitarbeitenden durch eine gemeinsame Vision und stärkt Ihre Kompetenzen sowie die Innovationsfähigkeit der Destination
- ✓ **Stärkt die Partnerschaft** mit den beteiligten Betrieben und Organisationen (z.B. Gemeinde, touristische Partnerbetriebe)
- ✓ Zeigt Wege zur **Produktoptimierung** und **Qualitätssicherung**
- ✓ Eröffnet **Einsparmöglichkeiten** bei Kosten, Energie und Arbeitszeit
- ✓ **Verbessert Kommunikationsstrukturen** und **unterstützt** in **Entscheidungsprozessen**
- ✓ **Schafft** eine **Grundlage** für die Formulierung konkreter **Nachhaltigkeitszielen** und –Strategien
- ✓ Ermöglicht eine **glaubwürdige Positionierung im Wettbewerb** und auch gegenüber immer kritischeren Gästen und Medien

Fazit 3

a) Internationale Betrachtung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b) Schweiz Betrachtung



b) Tourismus-Destinationen bieten plus/minus «das Gleiche» – Differenzierung ist ein Muss.

c) Destinations-Zertifizierung



c) Sich zu einer glaubwürdigen «nachhaltigen Tourismus-Destination» zu entwickeln ist kein Selbstläufer und benötigt Engagement. Der Weg ist das Ziel und der Prozess bietet Mehrwert.

3 zentrale Aussagen

a) Internationale Betrachtung



a) Der Zug «nachhaltige Tourismus-Destination» fährt bereits! Schnelles Handeln für eine Vorreiterrolle ist gefragt.

b) Schweiz Betrachtung



b) Tourismus-Destinationen bieten plus/minus «das Gleiche» – Differenzierung ist ein Muss.

c) Destinations-Zertifizierung



c) Sich zu einer glaubwürdigen «nachhaltigen Tourismus-Destination» zu entwickeln ist kein Selbstläufer und benötigt Engagement. Der Weg ist das Ziel und der Prozess bietet Mehrwert.

Wir unterstützen die Destinationszertifizierung als Coaches



Urs Wagenseil



Anna Amacher Hoppler



Melanie Wyss

Der Weg ist das Ziel



Nächste Schritte

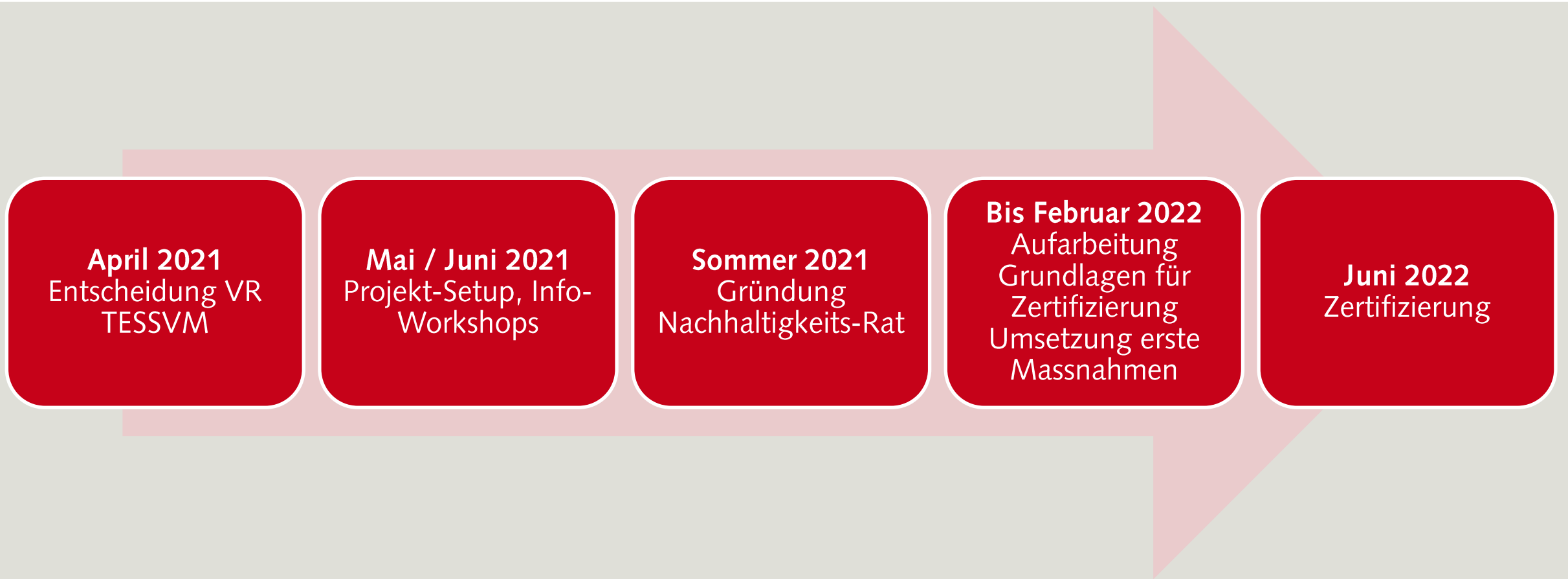


Vision Engadin Samnaun Val Müstair

Wir setzen auf einen in **allen drei Dimensionen** nachhaltigen Tourismus für eine erfolgreiche Zukunft unserer Region. So tragen wir dazu bei, dass sich unsere Destination **wirtschaftlich positiv** entwickelt, ein in Bezug auf soziale Aspekte **attraktives Lebens- und Ferienumfeld** besteht (Kultur, Gesellschaft, Lebensqualität) und die **natürlichen Lebensräume** für Mensch und Tier mit einer hohen landschaftlichen Qualität erhalten bleiben.

Wir nehmen unsere **Verantwortung als Leaderbetrieb** wahr und **gemeinsam mit unseren Partnern halten** und entwickeln wir unsere Positionierung als nachhaltige Feriendestination stetig weiter. Im Schweizweiten Vergleich sind wir anerkannt als **Vorreiter im Bereich des nachhaltigen Tourismus**.

Meilensteinplanung Zertifizierung



Jetzt sind Sie gefragt – werden Sie Partner!

- Partnerbetriebe: Aktives Bekenntnis zur Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeitsrat: Strategische Mitarbeit in der Region

Interesse? Melden Sie sich unter nachhaltig@engadin.com

**PS: Anfang Juli erhalten Sie
unseren ersten
Nachhaltigkeits-Newsletter**

Grazcha fichun – vielen Dank!

