



Touristisches Leitbild für Bamberg und das Bamberger Land

Der Ideenspeicher:



Vorschläge und Ideen für Maßnahmen und Projekte



1. Gäste und Einheimische gemeinsam denken – Touristische Zielgruppen und die lokale Bevölkerung



Wir schaffen zusammen mit heimischen Partnern verträgliche und authentische Erlebnisse für Gäste und Einheimische in der Region.

Worum geht's ?

Diese Angebote nehmen Rücksicht auf Natur, Gesellschaft und Welt-erbe und werden entsprechend ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen bewertet und ausgewählt.

Alle, die ihre Freizeit in Bamberg und im Bamberger Land verbringen.

Wen meinen wir damit ?

Das sind einerseits die "klassischen Touristen", die für einen Tagesausflug, als Geschäftsreisende oder für einen längeren Urlaub kommen. Und andererseits sind es die Einheimischen aus der Stadt und aus der Region, die ihre Freizeit hier verbringen und die gleiche Infrastruktur wie die Auswärtigen für ihre Ausflüge, für Besuche in der lokalen Gastronomie, im Einzelhandel, in Kultureinrichtungen oder bei Veranstaltungen genießen.

1.1. Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Dialogforum: Regelmäßiger Austausch zwischen den Tourismusverantwortlichen in Bamberg und im Bamberger Land und der Bürgerschaft
- Tourismus-Anlaufstelle: Eine feste Anlaufstelle für Konflikte zwischen Bürgerschaft und Touristen
- Reisen für Alle: Eine umfassende Bestandserfassung der Barrierefreiheit von Betrieben und Angeboten, um dies positiv kommunizieren zu können
- Barrierefreiheit beginnt im Kopf: Fortbildungen und Sensibilisierungskurse für Mitarbeitende im Tourismus, die sich mit den spezifischen Bedürfnissen von Menschen mit Behinderung auseinandersetzen
- Videokampagne: Einheimische erzählen in Videoclips von ihrem Leben in Bamberg und im Bamberger Land und gehen darauf ein, wie sich der Tourismus auf ihr Leben auswirkt
- Neue Führungen: Ausgewählte Führungsangebote nehmen nicht die klassischen Sehenswürdigkeiten in den Blick, sondern gehen hinter die Kulissen und wecken Verständnis für die Lebenswelt der Einheimischen
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

1.2. Öffentlicher Raum als gemeinsame Lebenswelt für Gäste und Einheimische

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Kommunales Netzwerk: Regelmäßiger Austausch mit kommunalen Einrichtungen und Ämtern der Stadt- und Regionalplanung
- Bürgerinfo: Newsletter mit Informationen zum Tourismus speziell für einheimische Interessen und Anwohner belasteter Gebiete
- Bürgerdialog: Regelmäßiges Dialogforum der Bürgerschaft zur Diskussion aktueller Entwicklungen und Maßnahmen
- Partnerinfo: Niederschwellige Kommunikationsmöglichkeit per Newsletter und auf dem Tourismusblog, um Fehlentwicklungen im Tourismus mit den touristischen Leistungsträgern diskutieren zu können
- Entzerrung: Entlastung des Kernareals im Welterbe und sensibler Naturareale im Bamberger Land durch die Kommunikation alternativer Ziele an Gäste
- Besucherlenkung: Eine interaktive webbasierte mobile Anwendung im Rahmen von „Smart City“ zur Vermeidung von Überbeanspruchung überfüllter Areale und zur Lenkung der Besucherwege in Stadt und Land
- ‚Verhaltensknigge‘: Verhaltensregeln wie Anstand, Respekt und Rücksichtnahme für das Miteinander von Gästen und Einheimischen
- Tourismusakzeptanzförderung: Kommunikationsmaßnahmen, die den Tourismus und seine positiven Wirkungen für Stadt und Land herausstellen
- Codex für Erlebnisangebote: Betriebe, die Erlebnisangebote im öffentlichen Raum veranstalten, müssen Verträglichkeitskriterien im Sinne des Leitbilds erfüllen
- Fußgängerleitsystem: Verzahnung des bestehenden Fußgängerleitsystems mit den Besucherlenkungsprojekten innerhalb von Smart City
- Wegemanagement: Beachtung der Belange von Bewohnerschaft und Natur, bei Streckenführungen für Wege und Routen
- „Analoges Instagram“: Tourismus-Litfaßsäule als Infoboard
- Bamboards: Interaktive Informationsscreens an öffentlichen Stellen für alle Belange von Bürgerschaft und Touristen im Rahmen von Smart City
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

1.3. Ökologische Gestaltung der touristischen Lebenswelt

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Zielgruppenspezifische Kommunikation: Die für Bamberg und das Bamberger Land definierten Sinus-Milieu-Zielgruppen werden mit nachhaltigen Angeboten angesprochen
- E-Mobilität-Infos: Informationen zu Fördermöglichkeiten für den Ausbau der E-Bike-Infrastruktur und der Ladestrukturen für E-Autos
- Bahnreise: Besondere Angebote und Anreize zur Anreise mit der Bahn
- Umweltfolgen beachten: Prüfung, Bewertung und gegebenenfalls Überarbeitung der touristischen Angebote auf ihre Umweltverträglichkeit
- Öko-Siegel: Prüfung bestehender Siegel und von Umsetzungsideen für ein eigenes Nachhaltigkeitssiegel Tourismus für die Destination
- Regionalität: Bevorzugter Einsatz regionaler und nachhaltig hergestellter Produkte in der Gastronomie und Hotellerie und Unterstützung der Betriebe durch Kommunikation gegenüber Gästen
- Genussregion: Gemeinsamer Auftritt von Partnern, die sich authentisch regionalen Lebensmitteln und Spezialitäten zuwenden, mit Einbeziehung der Bamberger Gärtnerstadt und der Öko-Modellregion im Landkreis Bamberg
- Gästeinformation: Sensibilisierung der Gäste für die Bedürfnisse der Natur durch Kommunikationsmaßnahmen in den Beherbergungsbetrieben
- ÖPNV-Kommunikation: Konzept zur stärkeren Bewerbung des ÖPNV, inklusive Verweis auf P+R-Plätze, Anbindung touristisch wichtiger Strecken und Ziele unter Einbindung der regionalen Mobilitätspartner
- Gästekarte mit ÖPNV: Gästekarte mit attraktiver ÖPNV-Nutzung auf Ebene der ganzen Region
- Voneinander lernen: Kommunikation von best-practice-Beispielen unter den Partnern über geeignete Dialogforen
- Nachhaltige Erlebnisangebote: Schaffung von ökologisch orientierten Erlebnisangeboten ohne erhobenen Zeigefinger
- CO₂-Kompensation: Angebote zur CO₂-Kompensation durch die Betriebe und im Rahmen von Reisen nach Bamberg und ins Bamberger Land
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

1.4. Integration von Gästen und Einheimischen in die Gestaltung der Lebenswelt

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Befragungen: Regelmäßige Bevölkerungsbefragungen zu den Einstellungen zum Tourismus und den Auswirkungen auf das persönliche Leben
- Dialogforum: Regelmäßiges Format zum offenen Austausch mit der Bürgerschaft – eventuell Weiterentwicklung des „Offenen Forums Tourismus“ als Veranstaltungsformat mit Vorträgen, Impulsen und Diskussion
- Blog: Nutzung des bestehenden Tourismusblogs als offene Diskussionsplattform, Bewerbung über QR-Codes bei der Bürgerschaft
- Tag des Tourismus: Wiederkehrender „Tag des Tourismus“ für die Öffentlichkeit, an dem sich der Tourismus mit seinen Partnern vorstellt, abwechselnd in Stadt und Land verortet
- Tourismus-Beratungsgremium: Gremium für Stadt und Land, in dem touristische Themen diskutiert werden können unter Beteiligung von Politik, Bürgerschaft, touristischen Betrieben und Verbandsvertretungen
- Tourismus-Newsletter: Interessierte können sich für einen Mail-Newsletter eintragen und erhalten einen regelmäßigen „Bürger-Tourismus-Newsletter“
- Mobiles Infoformat: Modulares Vortrags-Format über die verschiedenen Aspekte des Tourismus für Vereine, Bürgervereine und lokalen Institutionen für deren Sitzungen und Veranstaltungen
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

2. Touristische Betriebe generieren regionale Wertschöpfung – Die Leistungsträger der Tourismuswirtschaft



Wir schaffen unter den regionalen Akteuren im Tourismus ein Bewusstsein für die Notwendigkeit nachhaltigen Handelns.

Worum geht's?

Wir wollen entlang der ganzen Leistungskette Betriebe und Angebote aufweisen können, die zukunftsorientiert und ökonomisch erfolgreich, sozial und ökologisch arbeiten und ausgerichtet sind und damit nachhaltig agieren.

Alle Anbieter, die in der Tourismuswirtschaft aktiv sind. Das sind vor allem Unterkünfte, Restaurants, Betriebe aus dem Freizeit- und Kulturbereich, Mobilitätsbetriebe sowie Gästeführerinnen und Gästeführer.

Wen meinen wir damit?

Für eine wirklich nachhaltige regionale Wirtschaft wird aber die gesamte Lieferkette berücksichtigt. Hinzu kommen beispielsweise landwirtschaftliche Produzenten, aber auch Direktvermarkter oder Bäckereien, die Frühstücksbuffets befüllen. Dazu zählen auch Handwerksbetriebe, die beispielsweise Inneneinrichtungen für Restaurants übernehmen.

2.1. Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei den Leistungsträgern und in der regionalen Wirtschaft

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Kommunikation zu Fortbildungsmaßnahmen: Regelmäßige Information für die Leistungsträger über Fortbildungen in Stadt und Land, etwa Angebote der Regionalmanagement Wirtschaftsregion Bamberg-Forchheim GmbH
- Sozial- und Ökostandards: Beachtung geltender Standards entlang der Wertschöpfungs- und Produktionskette seitens Zulieferer und Produzenten, zum Beispiel bei Souvenirs, Druckmedien, Verbrauchsprodukten, etc.
- Kommunikation zu Preisen und Produktherkunft: Transparente Angaben und Hintergrundinformationen für Gäste
- Flexible Arbeitszeitmodelle: Informationen für Leistungsträger und deren Mitarbeitende
- Berufsbilder im Tourismus und der Freizeitwirtschaft: Beteiligung an Kampagnen zur Förderung von Berufen im Tourismus
- Mitarbeiterwohnungen: Angebote für Wohnraum im Umfeld des Betriebes zur Gewinnung von Mitarbeitenden
- Spezielle Führungsangebote: Angebote für Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder ältere Gäste, dabei Berücksichtigung von Barrierefreiheit
- „Nette Toilette“: Verstärkte Kommunikation der Kampagne „Nette Toilette“
- Interne Maßnahmen: Informationen zu nachhaltigem Verhalten für Mitarbeitende beim Leistungsträger TKS und den Tourismusverantwortlichen des Landkreises
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

2.2. Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Netzwerk und Informationsaustausch: Regelmäßiger Austausch mit bestehenden Regionalinitiativen (z.B. ILEs, Regionalkampagne „Genussla“, Öko-Modellregion, ...), lokalen Erzeugern und Vermarktern sowie nachhaltig agierenden Vereinen und Verbänden
- Kommunikationskampagnen: Stärkung des Netzwerkgedankens für eine gemeinsame Außendarstellung, initiiert durch die Tourismuskoooperation Bamberg und das Bamberger Land. Eingebunden werden das Gastgewerbe, regionale Erzeuger, lokale Handwerksbetriebe, der Handel und regionale Initiativen
- Kommunikation nach innen: Darstellung von Projekten, die mit regionalen und nachhaltigen Herstellern zusammenarbeiten
- Regionale Erzeuger: Verstärkte Einbindung von Produkten regionaler Erzeuger und handwerklicher Betriebe in touristische Angebote
- Tourismusverträgliche Reiseangebote: Verstärkte Kreation von Reiseangeboten mit nachhaltig orientierten, regionalen Anbietern
- Kommunikationsmaßnahmen: Herausgehobene Bewerbung besonders nachhaltig operierender Leistungsträger über Social-Media-Kanäle
- Leuchtturm-Projekt: Ausweitung der Kooperation von Bamberger Gärtnerstadt und Öko-Modellregion Landkreis Bamberg samt Prüfung eines gemeinsamen Siegels zur stärkeren Außendarstellung und Inwertsetzung
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

2.3. Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Zusammenarbeit mit Umweltverbänden: Gemeinsame Projekte im Themenbereich Nachhaltigkeit und Klimaresilienz
- Schulungen: Gezielte Kommunikation von Fortbildungen zum Thema Nachhaltigkeit für Mitarbeitende und Geschäftsleitungen (z.B. Franken Tourismus Akademie)
- Anbieterbefragung: Turnusmäßige Datenerhebung zum Stand der Nachhaltigkeit bei Leistungsträgern und deren Lieferanten und Kooperationspartnern
- Öko-Siegel: Prüfung bestehender Siegel und gegebenenfalls Entwicklung von Umsetzungsideen für ein eigenes Nachhaltigkeitsiegel Tourismus für die Destination
- Betriebliche Förderung: Kommunikation von Fördermitteln und Durchführung von Beratungstagen
- Umweltberatung für Betriebe: Kommunikation von Angeboten und Möglichkeiten zu Ökobilanzierung, Energiealternativen, Wasser- und Ressourcenmanagement, Müllvermeidungsstrategien
- Mobilitätsangebote: Innerbetriebliche Mobilitätskonzepte für Gäste und Mitarbeitende
- Gästekarte mit ÖPNV: Gästekarte mit attraktiver ÖPNV-Nutzung auf Ebene der ganzen Region
- Reiseangebote: Integration ökologischer Mobilitätskomponenten in Reiseangebote
- Gästekommunikation: Sensibilisierungskampagne für nachhaltiges Verhalten bei Gästen



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Gästeservice und Nachhaltigkeit: Ideenentwicklung mit Leistungsträgern zum verstärkten Angebot regionaler Produkte (z.B. Einkaufsservice und Erstbefüllung Kühlschranks in Ferienwohnungen)
- Bewusstsein schärfen: Kampagne zu zukunftsfähigem und nachhaltigem Verhalten für Betriebe, Gäste und Einheimische
- Botschafterinitiative Bamberg: Vorstellen der Leitbildideen im Rahmen von Veranstaltungen und Etablierung neuer Nachhaltigkeits-Botschafter
- Aktionstage: In-Szene-setzen von Nachhaltigkeit im Tourismus in Form von Aktionstagen bei wechselnden Leistungsträgern
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

2.4. **Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler**

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Informationsplattform: Themensammlung zu Fortschritten, Schwierigkeiten, Herausforderungen und regionalen Vorzeigeprojekten zur Nachhaltigkeit
- Befragungen und regelmäßiger Austausch: Abfrage und Kommunikation der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen und spezieller Herausforderungen, z.B. in Kooperation mit der Universität Bamberg
- Binnenmarketing: Verstärkte Kommunikation von Vorteilen einer gemeinsamen Destination „Bamberg und das Bamberger Land“ bei Akteuren und Leistungsträgern
- Vermarktungsplattform für regionale Produkte: Transparente Angebotsübersicht von Erzeugern und deren nachhaltigen, oft auch saisonalen Produkten. Positiver Nutzen für Betriebe des Gastgewerbes, um lokale/regionale Bezugsquellen beim Wareneinkauf stärker zu berücksichtigen
- Leistungsträger-Messe: Gegenseitiges Kennenlernen und Vernetzung von touristischen Anbietern und landwirtschaftlichen sowie handwerklichen Erzeugern
- Vertiefung der Produktkenntnis: Führungsangebote für Hotel- und Gastronomiemitarbeitende und für andere Leistungsträger
- Überregionale Vernetzung: Berücksichtigung nachhaltig arbeitender Leistungsträger und Vernetzung mit überregional wirkenden Nachhaltigkeitsinitiativen
- „Expertenkreis“: Übergeordneter unpolitischer „Expertenkreis“ zur besseren Vernetzung
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

3. Politische Wertschätzung des Tourismus fördert Nachhaltigkeit

Politik und Entscheidungsgremien als touristische Akteure



Worum geht's ?

Wir erhöhen die Wahrnehmung der touristischen Wertschöpfung und deren Bedeutung für die Region. Eine nachhaltige Ausrichtung des Tourismus, der neben wirtschaftlichem Erfolg auch Verträglichkeit und Ökologie berücksichtigt, erfordert politischen Willen und eine gesicherte Finanzierung

Wen meinen wir damit ?

Die politischen Gremien von Stadt und Landkreis.

Neben ihrer Rolle als Auftraggeber des touristischen Marketings und Managements der Destination „Bamberg und das Bamberger Land“ legen diese politischen Gremien über die jährlichen Haushaltsberatungen auch Schwerpunktsetzungen fest und beeinflussen damit ganz wesentlich die Umsetzung dieses Leitbilds.

3.1. Die Finanzierung touristischer Arbeit dient Gästen und Einheimischen

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Finanzierung: Solide Finanzierung touristischer Arbeit im Sinne des nachhaltigen Destinationsmanagements im engen Austausch mit den politischen Gremien in Stadt und Land
- Verbandsarbeit: Arbeit auf Verbandsebene, um alternative Finanzierungen im Tourismus zu ermöglichen
- Tourismusabgabe in Bamberg: Prüfung einer Tourismusabgabe für die Stadt Bamberg
- Marktforschung: Gesicherter Datenbestand und gezielte Marktforschung als Basis für grundlegende Entscheidungen
- Investitionen: Fortlaufende Investitionen in die Infrastruktur, die Gästen und Einheimischen zugutekommen
- Infrastruktur-Leuchtturmprojekt in der Stadt Bamberg: Öffentliche Toilette beim Freizeitgelände an der Regnitz nahe dem Bushaltepunkt Mußstraße
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

3.2. Wertschätzung für den Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Berichtswesen: Regelmäßiger Bericht in den politischen Entscheidungsgremien über die Entwicklungen und den Umsetzungsstand der Nachhaltigkeitsprojekte im Tourismus
- Infogespräch: Regelmäßige Information für die politischen Fraktionen von Stadt und Land seitens der Tourismuskoooperation. In diesem Rahmen können der Politik auch Defizite im Öffentlichen Raum aufgezeigt werden, die von Gästen und Einheimischen zugetragen werden
- Produktkenntnis: Persönliches Erleben touristischer Angebote für politische Vertreterinnen und Vertreter und Austausch mit den Akteuren des Tourismus zu deren wichtigsten Bedürfnissen
- Wirtschaftsfaktor Tourismus: Berechnung und Veröffentlichung der wirtschaftlichen Implikationen des Tourismus durch die Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus“ im regelmäßigen Rhythmus
- Befragung: Regelmäßige Befragung von Bewohnern, Gästen und den Vertretern verschiedener tourismusnaher Branchen zur Bedeutung von Touristen für ihr Geschäft und Lebensumfeld
- Netzwerk: Vernetzung der Akteure und Aktivitäten von Politik, Tourismus, Wirtschaftsförderung, Welterbemanagement und Stadtmarketing
- Blick zur Staatsregierung: Leitbild als Anlass, die Tourismusministerin und zuständige Referate zum Gedankenaustausch einzuladen.
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

3.3. Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Kennzahlen und Reporting: Entwicklung neuer, zukunftsorientierter Kennzahlen touristischer Arbeit unter Einbeziehung aktueller Studien zahlreicher Institute und Verbände und regelmäßige Berichterstattung an die Politik
- Regionale Förderprojekte: Prüfung der Schaffung von lokalen und regionalen Förderprojekten als Anreiz für touristische Betriebe in nachhaltige Maßnahmen zu investieren
- Überregionale Förderkulisse: Prüfung der staatlichen und europaweiten Förderprogramme durch die Tourismuskoooperation auf Anwendbarkeit in der Region und entsprechende Informationen an Partnerbetriebe
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

4. Nachhaltige Unternehmenskultur stärkt verantwortungsvolle Mitarbeitende – Der Blick auf die Mitarbeitenden



Wir schaffen in unseren Unternehmen ein Arbeitsumfeld, in dem Menschenwürde, Gerechtigkeit und Ökologie gelebt werden!

Worum geht's?

Gute Arbeitsplätze werden durch eine menschenwürdige und transparente Unternehmenskultur gefördert. Mitbestimmung und Flexibilität sowie die Freiheit, das eigene Arbeitsumfeld und Verhalten ökologisch auszurichten, motivieren und bringen die Mitarbeitenden und das Unternehmen voran.

Alle Personen, die in der Tourismuskoooperation Bamberg und das Bamberger Land arbeiten und alle Personen, die für diese Destination arbeiten und mit der Tourismuskoooperation zusammenarbeiten.

Wen meinen wir damit?

Alle Mitarbeitenden im Tourismus, die in der Region leben, sind gleichzeitig auch Einheimische und oft auch Nutznießende der hiesigen Freizeitinfrastruktur, also Gäste, und manchmal sogar politische Mandatsträger. Das macht die Mitarbeitenden besonders wichtig, als Multiplikatoren und als Spiegel zu den anderen Handlungsfeldern!

Mitarbeitende im Fokus

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Netzwerken: Gegenseitige Weiterbildung zwischen Betrieben und Anbietern, um Produktkenntnis, Zusammenarbeit und Austausch zu fördern
- Nachhaltige Projekte: Gemeinsame Teilnahme von Mitarbeitenden aus regionalen Tourismusunternehmen an ökologischen Projekten
- Team-Building: Regelmäßige Veranstaltungen mit den Teammitgliedern für mehr Zusammenhalt und Miteinander
- Interne Kommunikation: Aufbau effizienter und verbindlicher Kommunikationsstrukturen zur Teilhabe aller
- Spenden aus dem Tourismus: Spenden eines Umsatzanteils aus den touristischen Einnahmen zugunsten nachhaltiger und sozialer Projekte
- Selbstcheck: Prüfung der Organisationseinheit anhand ökologischer Gesichtspunkte durch die Mitarbeitenden zum Aufzeigen von Verbesserungspotentialen
- Nachhaltigkeitsteams: Bildung kleiner Einheiten innerhalb des Betriebs – jenseits der Hierarchie – um den nachhaltigen Umbau intern voranzubringen
- Gästeinformation: Gästen wird ermöglicht, sich über soziale und ökologische Projekte in der Region zu informieren, zu spenden oder mitzumachen
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

5. Nachhaltigkeit weist über Generationen und Grenzen hinaus - Künftige Generationen und die Natur als touristische Zielgruppe



Nachhaltigkeit weist über Generationen und Grenzen hinaus
Wir denken an die Zukunft und erhalten die Lebensgrundlagen unserer Enkelkinder und Nachbarn und der Einen Welt!

Worum geht's?

Die Ausrichtung des Tourismus an nachhaltigen Kriterien zeitigt positive Auswirkungen auf die Lebenswelt und die Zukunft der Mitmenschen in der Heimat, wirkt aber auch solidarisch über die eigene Region hinaus und sichert die Lebensgrundlagen der Natur und zukünftiger Generationen von Menschen in aller Welt

Es geht um künftige Generationen, die ihre Ansprüche heute noch nicht formulieren können, die aber trotzdem vom touristischen Handeln und dessen Auswirkungen betroffen sind.

Wen meinen wir damit?

Es geht um Nachbardestinationen und weitere Interessensgruppen, die vom Tourismus ebenfalls beeinflusst werden.

Letztlich geht es um die künftige Ausgestaltung unserer Umwelt und unserer Natur.

Der gemeinsame Blick über den Tellerrand

Sammlung von Ideen und Vorschlägen aus Bürger- und Branchenworkshops

- Erweiterung touristischer Netzwerke: Verstärkte Einbindung von Akteuren, die sich umweltfreundlichen, tourismusverträglichen und sozialen Projekten verschrieben haben
- Klimaanpassungskonzept von Stadt und Land: Umsetzung der für den Tourismus skizzierten Projektideen in Kooperation mit regionalen Partnern
- Fairtrade-Produkte: Verstärkter Einsatz von fair gehandelten Produkten, wenn regionale Herkunft nicht möglich ist. Gäste werden über das Label „Fairtrade“ und entsprechend gekennzeichnete Produkte informiert
- Kommunikationskampagnen zu touristischen Nachhaltigkeitsprojekten: Vorstellung regionaler, besonders nachhaltiger oder sozialer Projekte für Gäste und Einheimische
- ...



**Ideenspeicher
für Maßnahmen
und Projekte**

Impressum / V.i.s.d.P.:

Tourismuskoooperation „Bamberg und das Bamberger Land“, bestehend aus
BAMBERG Tourismus & Kongress Service

Geyerswörthstraße 5 96047 Bamberg

und

Landratsamt Bamberg – Fachbereich Wirtschaftsförderung und Tourismus

Ludwigstraße 23 96052 Bamberg

Dieses Leitbild wurde erarbeitet mit Hilfe des Handbuchs „Nachhaltige Destinationsentwicklung in Bayern“,
erstellt von der Agentur „Realizing Progress“ im Auftrag der Bayern Tourismus Marketing GmbH.

Bildnachweise:

Titel: BAMBERG Tourismus & Kongress Service Fotos: Patrick Backer; Seite 2: FrankenTourismus, Foto: Holger Leue; Seite 8: Franken-
Tourismus, Foto: Andreas Hub; Seite 22: FrankenTourismus, Foto: Andreas Hub / despositphotos.com_monkeybusiness; Seite 26:
Matthias Vaskovics / Bayerische Staatsforsten AöR, Foto Martin Hertel;

