



Touristisches Leitbild für Bamberg und das Bamberger Land

Sozial verträglich – ökonomisch erfolgreich – entschieden ökologisch

Gemeinsam für einen zukunftsfähigen Tourismus



Unsere Leitlinien

für den Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land



Wir sind überzeugt davon, dass nachhaltiger Tourismus einen positiven Einfluss auf unsere Heimat ausübt und für Gäste und Einheimische zukunftsorientierten Mehrwert schafft.



Tourismus bringt eine enorme Wertschöpfung für unsere Region.
Der überwiegende Anteil aller Ausgaben von Gästen fließt in den heimischen Wirtschaftskreislauf und erhält dauerhaft Arbeitsplätze vor Ort.



Tourismus fördert eine attraktive Freizeitinfrastruktur für alle, die dazu beiträgt, dass die hohe Lebensqualität in Bamberg und im Bamberger Land erhalten bleibt.



Wertschätzung und Erhalt unserer Natur sowie des kulturellen Erbes sind unerlässlich, damit touristische Arbeit auf Dauer ein solides Fundament hat.



Wir übernehmen Verantwortung für die Gestaltung eines verträglichen Tourismus und achten auf die Qualität und die Nachhaltigkeit unserer Angebote.



Wir fördern gegenseitigen Respekt und Toleranz als Basis für ein rücksichtsvolles Miteinander von Gästen, Einheimischen und Mitarbeitenden.



Warum? machen wir das

Die Tourismuskoooperation „Bamberg und das Bamberger Land“ gibt sich mit diesem Leitbild einen Kompass für die touristische Arbeit in der gemeinsamen Destination, dem Reiseziel „Bamberg und das Bamberger Land“. Es gilt, den Tourismus in dieser Region nachhaltig zu stärken und weiterzuentwickeln.

Der BAMBERG Tourismus & Kongress Service (TKS) vermarktet seit 2010 die Destination zusammen mit der Wirtschaftsförderung des Landkreises. Dafür hat er das Mandat von Stadt und Landkreis Bamberg. Diese 2010 begonnene Tourismuskoooperation von Stadt und Land bildet die strukturelle Grundlage für Entwicklung und Umsetzung des Leitbilds. Das Leitbild macht deutlich, dass sich der TKS im Wandel befindet, weg von einer reinen Marketingorganisation hin zu einer Managementorganisation. Diesen Weg geht der TKS gemeinsam mit der Tourismusabteilung des Landkreises Bamberg. Gemeinsam treten wir auf als „Bamberg und das Bamberger Land“.

Inhaltliche Grundlage für das Leitbild ist die von der Bayern Tourismus Marketing GmbH entwickelte „Bayern-Matrix für nachhaltige Destinationsentwicklung“, die für alle Städte und Regionen in Bayern den Rahmen setzt. Die in dieser Matrix entwickelten Ansätze und Gemeinwohl-Ideen übersetzt dieses Leitbild konkret für unsere Tourismusregion und überträgt diese auf die Anforderungen und Bedürfnisse des Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land.

» Wer in Zukunft weiter erfolgreich Tourismus betreiben will, muss die Heimat – und damit die Existenzgrundlage allen touristischen Schaffens – bewahren mit einer hohen regionalen Wertschöpfung, einem ressourcenschonenden Umgang mit Natur und Kultur sowie der Beachtung von Verträglichkeit gegenüber der heimischen Lebenswelt.

Die geforderte Orientierung des Tourismus am Gemeinwohl bedingt eine teils radikale Veränderung der touristischen Arbeit und ein Umdenken in vielen Bereichen der Angebotsstruktur und der Produktgestaltung. Nachhaltigkeit ist ein dauerhafter Prozess.

Das **Leitbild** dient der „Tourismuskoooperation Bamberg und das Bamberger Land“ als Grundlage zukünftiger Arbeit. Ziele und Leitlinien gelten für die gesamte Destination. In erster Linie stehen dabei als Handelnde der TKS und seine Tourismuspartner aus dem Landkreis in der Verantwortung.



Im Rahmen von Expertenrunden sowie der Branchen- und Bürgerworkshops wurden Ideen und Vorschläge für konkrete Maßnahmen in den jeweiligen Handlungsfeldern erarbeitet. Diese Maßnahmensammlung ist in einem separaten Dokument, dem **Ideenspeicher**, zusammengestellt. Im Gegensatz zum langfristig strategisch angelegten Leitbild ist der Ideenspeicher ein fortlaufender dynamischer Prozess. Der Ideenspeicher ergänzt das Leitbild und versteht sich nicht als abgeschlossener Maßnahmenplan. Er dient der Steuerungsgruppe der Tourismuskoooperation, bestehend aus der Leitung des TKS und der

Wirtschaftsförderung des Landkreises, als Anregung, wenn es darum geht, die Ziele des Leitbilds sukzessive in konkrete Maßnahmen umzusetzen. Weder werden zwangsläufig alle dort aufgeführten Vorschläge umgesetzt, noch ist es ausgeschlossen, dass weitere und neue Maßnahmen im Sinne des Leitbilds zur Umsetzung gelangen, die heute noch nicht Teil des Ideenspeichers sind. Zunächst erfolgt daher für jeden einzelnen Vorschlag eine Prüfung auf Machbarkeit sowie eine Klärung der möglichen Finanzierung, erst dann können Projekte aus dem Ideenspeicher, die im Verantwortungsbereich der Tourismuskoooperation liegen, umgesetzt werden.

Die Steuerungsgruppe hat aber auch den Anspruch, Maßnahmen, die über den eigenen Verantwortungsbereich hinausgehen, anzustoßen und entsprechend Projektpartner zu suchen und einzubinden.

Das Leitbild möchte auch als Impulsgeber und Handlungsleitfaden für alle im Tourismus Schaffenden gelesen werden. Es dient den Leistungsträgern in Stadt und Land als Denkanstoß für die Umsetzung von Maßnahmen im Sinne der Leitlinien.

» Nur gemeinsam wird es gelingen, den Tourismus im Sinne des Gemeinwohls und der Nachhaltigkeit in der ganzen Region weiterzuentwickeln.

Um dieses Ziel zu erreichen, ist die Unterstützung der Politik unerlässlich. Denn der enorme Wirtschaftsfaktor, den der Tourismus für Stadt und Land als Umsatzbringer und Jobmotor darstellt, bleibt nur erhalten, wenn die Nachhaltigkeits-Ziele dieses Leitbilds auch finanziert werden können. Das Verständnis für die positiven Wirkungen einer guten touristischen Infrastruktur für Gäste und Einheimische ist dabei grundlegend, ebenso wie die Verträglichkeit von Tourismus für die einheimische Lebenswelt.

Das Leitbild orientiert sich in seiner Gliederung an den fünf Akteuren im Tourismus und definiert spezifische Handlungsfelder für die jeweilige Gruppe:

- **Gäste und Einheimische**
- **Leistungsträger der Tourismuswirtschaft**
- **Politische Entscheidungsgremien**
- **Mitarbeitende im Tourismus und**
- **die nachfolgenden Generationen.**

Um all diesen beteiligten Akteuren gerecht zu werden, steht das Leitbild im Dreiklang der übergreifenden Ziele:

Sozial verträglich – ökonomisch erfolgreich – entschieden ökologisch

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

Für die Einen ist die Region „Bamberg und das Bamberger Land“ dauerhafte Heimat, für die Anderen Urlaubsort und Wohnung auf Zeit. Aber eigentlich wollen alle das Gleiche – eine gewachsene, traditionsreiche und vielfältige Lebenswelt mit all ihren Facetten genießen.

Für den Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land stehen beide Gruppen – Gäste wie Einheimische – im Fokus. Zum einen stellen die Gäste und ihr Aufenthalt in unserer Region die wirtschaftliche Grundlage touristischer Arbeit dar. Die Gäste sollen ein authentisches Erlebnis erfahren, die verschiedensten Angebote vor Ort wahrnehmen und somit die regionale Wirtschaft unterstützen, um am Ende erholt und bereichert heimzukehren. Einheimische hingegen sind zugleich freiwillige als auch unfreiwillige Gastgeber. Sie dürfen nicht zur Kulisse touristischer Wunschvorstellungen degradiert werden. Einheimische prägen durch ihr Engagement für ihre Stadt, für die Gemeinden im Bamberger Land und für die Natur das, was Besucherinnen und Besucher vor Ort erleben. Gleichzeitig nutzen Einheimische in ihrer Freizeit selbst eine Vielzahl touristischer Angebote und Einrichtungen, sei es in der Gastronomie, in der Kultur oder bei Aktivitäten in der Natur.

» **Daher hat es Sinn, Gäste und Einheimische gemeinsam zu denken, gegenseitiges Verständnis zu fördern und dadurch ein gedeihliches Miteinander entstehen zu lassen.**

Der Tourismus muss bereits bei der Planung und in der Konzeptionsphase darauf achten, wie sich Angebote und ihre wirtschaftliche Verwertung auf die Heimat der Einheimischen auswirken. Damit können Konflikte frühzeitig vermieden werden. Wenn einzelne touristische Angebote oder das touristische Aufkommen insgesamt zu Konflikten führen, müssen die Verantwortlichen des Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land zusammen mit ihren politischen Gremien Maßnahmen ergreifen, die gegensteuern.

Alle Menschen verdienen Respekt und eine menschenwürdige Behandlung. Von Gästen wird Rücksichtnahme auf die Lebenswelt und die Bedürfnisse der Einheimischen erwartet, auf Verträglichkeit ihres Verhaltens und auf ihr Benehmen den Gastgebern gegenüber. Einheimische hingegen tragen mit Weltoffenheit, Toleranz und der Akzeptanz, die eigene Lebenswelt in einem verträglichen Maß mit anderen Menschen zu teilen, zu einer positiven Gastfreundschaft bei, die den Tourismus und seine Wertschöpfung auf Dauer erhält.

Die größtmögliche Barrierefreiheit der Angebote und Betriebe ist ebenso ein Zeichen des Respekts gegenüber allen Menschen, Einheimischen wie Gästen, wie auch die Anerkennung der menschlichen Diversität. Ein vorurteilsfreies und respektvolles Miteinander im täglichen Umgang sind Grundvoraussetzungen für funktionierenden Tourismus.

1.2. Öffentlicher Raum als gemeinsame Lebenswelt für Gäste und Einheimische

Der öffentliche Raum ist das von Gästen und Einheimischen gemeinsam genutzte Fundament, in dem gelebt und gewirtschaftet wird, das gleichzeitig Zuhause und Besuchsort ist, Lebensumfeld und Reiseziel. Ein attraktives und gepflegtes Umfeld erhöht die Lebensqualität beider Gruppen gleichermaßen.

Gerade im Welterbeareal Bambergs gibt es aber oft nicht genügend Raum, um den Ansprüchen aller Nutzer und Nutzerinnen gerecht zu werden. Dies führt zu von allen Seiten wahrgenommenen Konflikten. Eine Überbeanspruchung des im Kern sehr kleinen Altstadtareals tritt saisonal, tageszeitlich und örtlich deutlich zutage. So wird bei den Einheimischen die Akzeptanz von Tourismus negativ beeinflusst und bei den Gästen leidet die positive Wahrnehmung der Stadt. Auch im Bamberger Land kommt es punktuell zu negativen Begleiterscheinungen durch die Überbeanspruchung bestimmter Angebote und Wege. Ein Besuchermanagement zur Entzerrung von Hotspots muss hier vorbeugend und regelnd eingreifen.

» **Einer zu starken Veränderung der lokalen Infrastruktur zugunsten allein der Bedürfnisse von Touristen muss entgegengewirkt werden.**

In Stadt und Land müssen ausreichend Flächen für den konsumfreien Aufenthalt und für Begegnungen freigehalten werden. Im öffentlichen Raum darf nicht alles kommerzialisiert werden, was kommerzialisiert werden könnte.

Nicht nachhaltigen Trends wie beispielsweise dem ressourcenverschwendenden To-Go-Verhalten muss mit positiven Anreizen entgegengewirkt werden. Neben der effizienten und nachhaltigen Müllbeseitigung muss die Müllvermeidung stärker in den Fokus gerückt werden.

Das Tourismusmanagement von Bamberg und dem Bamberger Land muss die Verträglichkeit des Tourismus beachten und die Interessen von Einheimischen, Gästen und der Natur gleichermaßen im Blick haben. Konflikte müssen frühzeitig erkannt werden, damit entsprechend gesteuert werden kann. Neue Angebote und Betriebe müssen Konflikte bereits im Entstehungsprozess antizipieren und zur Marktreife bereits mit einer Lösung für potentielle Konflikte aufwarten – oder die Angebote werden nicht zur gemeinsamen Vermarktung angenommen.

1.3. Ökologische Gestaltung der touristischen Lebenswelt

Der Erhalt der Natur und der gewachsenen Landschaft sowie eines gesunden Stadtklimas geht alle an, die sich dort aufhalten wollen.

Reisende sind in ihrer Heimat Einheimische und Einheimische sind im Urlaub Reisende. So banal das klingt, es erwächst daraus die gegenseitige Verpflichtung, den ökologischen Fußabdruck nicht nur zuhause, sondern auch auf Reisen beim jeweiligen Gastgeber so klein wie möglich zu halten und im Urlaub nicht anders zu agieren als im heimischen Umfeld.

» Das Verantwortungsgefühl der Menschen für ihre jeweilige Gastgeberregion und für naturverträgliches Verhalten muss wachsen.

Der Tourismus muss kommunikativ bei Gästen für dieses Verständnis werben, denn es ist Aufgabe aller, die Bamberg und das Bamberger Land in ihrer Freizeit nutzen, ihren Beitrag für den Erhalt des intakten Lebensumfelds zu leisten. Auch hier zeigt sich, dass Gäste wie Einheimische im gleichen Boot sitzen und gleichermaßen Verantwortung tragen.

Es ist Aufgabe des Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land positive Anreize zu schaffen, damit Gäste wie Einheimische sich ökologisch verhalten. Der ganze Reiseablauf muss auf Nachhaltigkeit überprüft werden, um entsprechenden Einfluss darauf nehmen zu können, von der Planung und der Anreise über den Aufenthalt mit allen wahrgenommenen Elementen bis zur Nachbereitung.

So steht auch die Tourismusregion hier in der Pflicht, das ihre zu tun, um den Erhalt der natürlichen Lebenswelten von Menschen, Tieren und Pflanzen zu fördern. Der Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land sowie die touristischen Betriebe und Unternehmen müssen ihre Angebote darauf überprüfen und anpassen, dass sie gemeinsam definierten ökologischen Ansprüchen genügen, ggf. auch nur bei Erfüllung fest definierter Kriterien an einer gemeinsamen Vermarktung teilhaben können. Der Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land muss seinen Einfluss geltend machen, damit zukunftsfähige Mobilitätskonzepte in der Region entwickelt und auch finanziert werden können.

Die Maßnahmen des von Stadt und Land gemeinsam beschlossenen Klimaanpassungskonzepts müssen umgesetzt werden.

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

Eine Lebenswelt im ländlichen Raum oder in einer Stadt zu gestalten, erfordert die Zusammenarbeit vieler Interessensgruppen. Für das Reiseziel „Bamberg und das Bamberger Land“ gilt es, besonders zwei Gruppen in die Gestaltung mit einzubeziehen: die Einheimischen und die Gäste.

Die Wünsche der Gäste zu erfassen und in die weiteren Überlegungen, in die Produktkreation und Angebotsgestaltung mit einzubeziehen, um kundenorientierte Angebote gestalten zu können, ist im Tourismus seit Jahrzehnten eine Selbstverständlichkeit. Diese Selbstverständlichkeit muss ergänzt werden durch die Integration der Bürgerschaft in die touristische Planung, und zwar immer da, wo das Geschehen oder Angebote direkte Auswirkungen auf die gemeinsame Lebenswelt haben.

» Der offene Dialog und die Einbeziehung aller, die vom Tourismus betroffen sind, muss zum Standard werden.

Dafür müssen Formate gefunden werden, in denen ohne Druck und Vorverurteilung diskutiert werden kann und Entscheidungen vorbereitet werden können. Bürger und Touristen können auch in Form von Befragungen wertvolle Rückmeldungen geben, die den Tourismus mit neuen und nachhaltigen Impulsen versehen.

Ein wichtiges Thema im Konfliktfeld zwischen touristischer Infrastruktur und der einheimischen Bevölkerung ist die Knappheit von Wohnraum. Hier muss seitens Stadt und Land darauf geachtet werden, dass der Schaffung und dem Erhalt von Wohnraum Priorität eingeräumt wird und zusätzliche Kapazitäten in Hotels und Ferienwohnungen nur dann geschaffen werden, wenn dies nicht den Wohnungsmarkt negativ beeinflusst.

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

Ein respektvolles Miteinander ist Grundlage für eine vertrauensvolle und gedeihliche Zusammenarbeit in Bamberg und im Bamberger Land. Dies gilt für alle Mitarbeitenden im Tourismus und für alle Gäste gleichermaßen. Der Tourismus bietet Menschen jeglicher Herkunft die Möglichkeit, neue Erfahrungen zu machen, Neues kennenzulernen und sich dank vieler Begegnungen mit anderen Menschen inspiriert wieder ihrem beruflichen und privaten Alltag zu widmen.

Das respektvolle Miteinander zwischen Leistungsträgern und Gästen beruht allerdings auf Gegenseitigkeit. Es darf keinen Freibrief für ausuferndes Gästeverhalten geben, denn Gastgeber, Leistungsträger, aber auch Einheimische können hierfür nur bis zu einem gewissen Grad Verständnis aufbringen. Gerade bei z.B. übermäßigem Alkoholkonsum sind einschränkende Maßnahmen (Zutrittsverbot, Abbruch von Veranstaltungen oder Führungen) durchaus denkbar und zielführend. Kommunikationsmaßnahmen zu einheitlichen Verhaltensregeln oder ein „Verhaltensknigge“ können unterstützend eingesetzt werden.

» **Der Tourismus bietet Menschen jeglicher Herkunft gute Arbeitsplätze, bei denen sie innerhalb ihrer Teams, im Umgang mit ihren Vorgesetzten und in der Interaktion mit Gästen einen respektvollen und wertschätzenden Umgang erleben sollen.**

Eine gute und wertschätzende Ausbildung erleichtert später den professionellen Umgang mit Gästen und mit den beruflichen Aufgaben.

Auch die individuelle Work-Life-Balance jedes Einzelnen ist ein wichtiger Baustein, um Zufriedenheit im Beruf zu finden und dieses positive Gefühl auf den Gast übertragen zu können. Dazu gehören auch faire Gehälter und faire Preise für Zulieferer, Partner und Dienstleister, die wiederum selbst soziale und ökologische Transparenz walten lassen und ihren Mitarbeitenden die gleichen Rechte zusprechen. Dass sich diese faire Entlohnung auch auf die Preise für die Gäste auswirkt, ist zwangsläufig der Fall. Das Bewusstsein für faire und marktgerechte Preise muss durch entsprechende Kommunikation gegenüber den Gästen geweckt und gestärkt werden.

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

Regionale Wertschöpfung ist das natürliche Ziel touristischen Handelns, erfolgt doch die Leistungserbringung vor Ort mit regionalen Partnern unter Verwendung lokaler Ressourcen. Dies unterstützt auch die Schaffung eines positiven Tourismusbewusstseins in der Bevölkerung. Entsprechend gilt es, regionale Kooperationen unter einer gemeinsamen, nachhaltigen Vision zu fördern. Der Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land kann hier sowohl als positives Beispiel als auch als Koordinator und Multiplikator regionaler Netzwerke auftreten. Die Regionalität der Angebote ist im Tourismus eine Grundvoraussetzung für Authentizität.

» **Eine starke Orientierung an der regionalen Wertschöpfung ist für alle – Gäste, regionale Wirtschaft, Einheimische – eine Win-Win-Situation.**

Für Bamberg und das Bamberger Land ist der Tourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Keine andere vergleichbare Branche verknüpft auf lokaler Ebene die Leistungsträger mit der regionalen Wirtschaft derart intensiv. Ein hoher Anteil der Wirtschaftsleistung verbleibt in der Region. 2023 erwirtschafteten das Gastgewerbe gemeinsam mit dem Einzelhandel und weiteren Dienstleistern einen Nettoumsatz von 508 Mio. EUR. Aus der 1. Umsatzstufe (direktes Einkommen) werden 167 Mio. EUR, aus der 2. Umsatzstufe (Vorleistungen, indirektes Einkommen) weitere 103 Mio. EUR generiert. Damit beträgt der Anteil des Tourismus am regionalen Primäreinkommen 3,8%.

Der Tourismus kann künftig auf Basis nachhaltiger Produkt- und Angebotsstrategien einen wichtigen ökonomischen Beitrag für den Wohlstand leisten und gleichzeitig die natürlichen Ressourcen für nachfolgende Generationen bewahren. Dadurch wird der Tourismus bei politischen Entscheidungsträgern verstärkt ins Bewusstsein gerückt und ein ausreichender Finanzierungsrahmen für nachhaltige Projekte und Maßnahmen mehr und mehr an Bedeutung gewinnen.

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

Die Verantwortung für den Erhalt der Umwelt liegt nicht allein beim Gast.

Zu einem wesentlich größeren Teil liegt die Verantwortung bei den Akteuren der Tourismusbranche vor Ort. Diese Verantwortung für den Natur- und Kulturraum in Bamberg und im Bamberger Land muss sich in entsprechenden Maßnahmen niederschlagen, die den Umweltschutz unterstützen.

» Ökologie und Tourismus dürfen kein Gegensatz sein.

Die Angebotsstruktur und die Betriebe unterstützen dieses Ziel durch die Ausrichtung an ökologischen Kriterien. Die Tourismusanbieter in Bamberg und im Bamberger Land gehen dabei mit Vorbildcharakter voran und gewinnen in der Region weitere Anbieter für einen ökologischen Umbau ihres Angebots.

2.4. Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander

Zentral für das Gelingen einer nachhaltigen Destinationsentwicklung ist die Zusammenarbeit aller relevanten Leistungsträger und eine offene Kommunikation untereinander. Vernetzung und Kooperation sind die Schlagworte einer erfolgreichen gemeinsamen Entwicklung der Destination. Viele Einzelakteure arbeiten an den gleichen nachhaltigen Zielen. Durch Transparenz in der Arbeit und gute Vernetzung und Kommunikation untereinander kann die Energie dieser vielen Ansätze und Initiativen gebündelt und dadurch verstärkt werden.

Der Blickwinkel sollte dabei auch über das Bamberger Land hinausreichen, da die wirtschaftlichen Verflechtungen und Kooperationen nicht an Verwaltungsgrenzen enden.

» Wenn sich alle Akteure als gemeinsames Reiseziel „Bamberg und das Bamberger Land“ verstehen, gelingt es, im Zusammenklang von Stadt und Land die Gäste für eine längere Aufenthaltsdauer zu gewinnen und Touristen besser zu verteilen.

Wenn alle an einem Strang ziehen, wird Bamberg und das Bamberger Land als eine gemeinsame Destination wahrgenommen. Davon profitieren alle Akteure, Stadt und Land bilden eine gemeinsame positive Identität aus und stärken somit das Image der Region.

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

Tourismusbearbeitung für das Reiseziel „Bamberg und das Bamberger Land“ ist immer auch Wirtschafts- und Regionalförderung, Kulturförderung und ein Beitrag zum Erhalt von traditionellen Strukturen und der Freizeitinfrastruktur aller in der Region lebender Menschen. Tourismus hat aber auch direkte Auswirkungen auf die Lebenswelt der Einheimischen, positiv wie negativ. Somit hat der Tourismus seine Berechtigung im Kanon der Aufgaben der öffentlichen Hand.

» **Ziel des Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land ist es, die Lebensqualität für alle Menschen vor Ort sicherzustellen und bei allen ökonomischen Aspekten auch das Allgemeinwohl im Blick zu haben.**

Nur so kann der Tourismusstandort auf Dauer erhalten werden, nur so können die natürlichen Ressourcen der Region nachhaltig bewahrt werden und die Bewohnerinnen und Bewohner sowie kommende Generationen vom Tourismus profitieren.

Eine wesentliche Aufgabe der politischen Entscheidungsgremien ist es daher, den touristischen Akteuren der Tourismuskoooperation „Bamberg und das Bamberger Land“ die Erfüllung ihrer Managementfunktionen zu ermöglichen. Touristisches Marketing, ein kundenorientiertes Produktportfolio und der entsprechende Vertrieb attraktiver Angebote ermöglichen bis zu einem gewissen Grad die Refinanzierung kommunaler touristischer Arbeit. Die Managementfunktionen im Sinne dieses Leitbilds sind allerdings zu größten Teilen nicht refinanzierbar. Sie bedürfen daher besonderer Beachtung im Rahmen der jährlichen Budgetaufstellung der kommunalen Akteure.

Die Orientierung an mehr Nachhaltigkeit in der Arbeit von TKS und Wirtschaftsförderung des Landkreises beeinflusst auch die weiteren Netzwerke touristischer Verbände und Gebietsausschüsse und deren Entscheidungen mit.

Nicht zuletzt wirkt sich diese Neuausrichtung auch auf die touristischen Akteure der Privatwirtschaft aus. Fördermöglichkeiten zur Unterstützung des Tourismus auf allen Ebenen der Region dienen letztlich auch den Einheimischen und der Freizeitinfrastruktur, die von allen genutzt und geschätzt wird.

Die Tourismuskoooperation Bamberg und das Bamberger Land fungiert dabei als lenkende Institution, die das touristische Geschehen in definierte Bahnen begleiten und führen soll. Damit kommt ihr eine ganz wesentliche Funktion zu, die sie nur erfüllen kann, wenn sie zur Bewältigung dieser Aufgabe ausreichend finanziell ausgestattet ist.

3.2. Wertschätzung für den Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Eine nachhaltige Destinationsentwicklung braucht einen langen Atem. Umso wichtiger ist es, dass die entscheidenden Stellen der Gesellschaft, allen voran die Politik, den Tourismus als relevanten Wirtschaftsfaktor wahrnehmen und Verständnis dafür entwickeln, dass die Wertschöpfung touristischer Arbeit zum größten Teil in der Region stattfindet. 575 Millionen Euro Bruttoumsatz in Stadt und Land alleine im Jahr 2023 machen die Bedeutung für den Wirtschaftsraum Bamberg deutlich.

Um diese Wertschöpfung weiterhin zu erhalten, ist eine aktive und strategische Zusammenarbeit der touristischen Akteure mit den Entscheidungsgremien extrem wichtig. Dabei gilt es, die Bedürfnisse der Einheimischen nicht aus den Augen zu verlieren sowie die Verträglichkeit und ökologische Orientierung touristischer Angebote zu beachten.

» **Der politische Einsatz für den Tourismus lohnt sich. Neben dem direkten Umsatz und dem Umsatz der zweiten und dritten Umsatzstufe in weiten Teilen der regionalen Wirtschaft und im Handwerk, trägt der Tourismus zur Entwicklung und zum Erhalt von Kulturangeboten und -einrichtungen, Freizeitinfrastruktur, Einzelhandel und Mobilitätsangeboten bei.**

Dadurch und durch eine Vielzahl weiterer positiver Effekte trägt er schon jetzt maßgeblich zum Gemeinwohl bei.

Nur das Bewusstsein für diese doppelte Wirkungsweise des Tourismus für Gäste und Einheimische sichert eine dauerhafte Finanzierung. Umso wichtiger ist es, dass die politischen Entscheidungsgremien strategisch in die Ziele und Pläne der Tourismuskoooperation Bamberg und das Bamberger Land eingebunden werden und entsprechend langfristige Beschlüsse fassen. Dazu gehört auch eine gesicherte Finanzierung des BAMBERG Tourismus & Kongress Service sowie der Landkreis-Touristik und ihrer gemeindlichen Tourismus-Strukturen. Nur so kann die Arbeit für Bamberg und das Bamberger Land möglichst unabhängig von individuellen wirtschaftlichen Interessen und zu erzielenden Erlösen geleistet werden.

3.3. Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten

Das Bewusstsein für die Bedeutung des ökologischen Erhalts der Region Bamberg und für den Beitrag, den der Tourismus dazu leisten kann, muss auch in entsprechende Entscheidungsgremien getragen werden. Die Entwicklung des Tourismus darf in Zukunft nicht nur an quantitativen Kennzahlen wie den Übernachtungszahlen des Statistischen Landesamtes gemessen werden, sondern muss sich über andere Kennzahlen widerspiegeln.

» **Ökologische Kriterien und Verträglichkeitsaspekte werden ein zentrales Thema bei der zukünftigen Entwicklung des touristischen Angebots in Bamberg und im Bamberger Land sein.**

Entsprechende Kriterien müssen entwickelt werden, die Fortschritte und Weiterentwicklungen des touristischen Angebots qualitativ messen und darstellen können. Diese Kriterien können dann Geld- und Fördermittelgebern als Entscheidungsgrundlage dienen.

Bei der Finanzierung touristischer Arbeit durch die öffentliche Hand muss klar sein, dass eine stärkere, gar kompromisslose Orientierung an Verträglichkeit und ökologischen Kriterien zur Folge haben kann, dass potentielle Einnahmen schädlicher Angebote wegfallen und potentielle Ausgaben besonders nachhaltiger Produkte höher sind als bisher. Des Weiteren sind die mit dieser Ausrichtung einhergehenden stärker im Fokus stehenden Managementaufgaben kaum refinanzierbar und erfordern daher eine gesonderte Berücksichtigung in den Budgets. Das Bewusstsein für diesen neuen Umstand muss sich im Dialog von Tourismus und Politik durchsetzen.

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

Anerkennung, Fairness und Respekt sind zentrale Faktoren in der Zusammenarbeit und werden sowohl von Mitarbeitenden als auch Führungskräften erwartet. Zufriedene Mitarbeitende, die fair entlohnt werden und ein angenehmes Arbeitsumfeld vorfinden und selbst mitgestalten können, sind Grundlage für den Erfolg jedes Unternehmens. Mitarbeitende sollten entsprechend ihrer Kompetenz Entscheidungen im Unternehmen mitdiskutieren und beeinflussen können. Nicht jede Richtungsentscheidung kann von der Mehrheit der Mitarbeitenden im Unternehmen getroffen werden, aber eine transparente Kommunikation aller Entscheidungen fördert das gemeinsame Verständnis der mit einer Entscheidung verbundenen Ziele und Werte.

» **Menschenwürdiges Verhalten am Arbeitsplatz gilt es dabei nicht nur im eigenen Unternehmen zu leben, sondern auch als gutes Beispiel nach außen zu tragen.**

Gerade vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels trägt es zum langfristigen Erhalt und zu einer Imagesteigerung der Branche bei.

Jede und jeder einzelne Mitarbeitende sollte dafür sensibilisiert, aber auch unterstützt werden, seinen jeweiligen Verantwortungsbereich so ökologisch nachhaltig wie möglich auszugestalten. Entsprechende Unternehmenswerte können dieses Bewusstsein und daraus erwachsende Handlungen zusätzlich befördern.

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

» **Kerngedanke eines nachhaltigen Tourismus in Bamberg und im Bamberger Land ist es, über den Tag hinaus zu denken, um durch verstärktes ökologisches Bewusstsein und entsprechende Maßnahmen auch in der Zukunft ein attraktives touristisches Produkt bieten zu können.**

Daher sollten Konzepte stets die negativen Auswirkungen für nachfolgende Generationen aber auch für unser heutiges Umfeld minimieren.

Die Akteure im Tourismus sind eingebettet in eine komplexe Gesellschaft vieler unterschiedlicher Menschen und ihrer Interessen. Die Tourismuskoooperation Bamberg und das Bamberger Land muss als „Corporate Citizen“ handeln und ihren Platz im gesellschaftlichen Umfeld im Sinn der Gesamtgesellschaft und zukünftiger Generationen bewusst für positive Veränderungen nutzen. Die Zusammenarbeit mit anderen gesellschaftlichen Akteuren, Verbänden und Organisationen, die das gleiche Ziel verfolgen, erhöht die Wirkung und Relevanz der nachhaltigen Arbeit.

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: Matthias Vaskovics / Flussparadies Franken, Foto: Andreas Hub; Seite 6: FrankenTourismus,
Foto: Holger Leue; Seite 12: FrankenTourismus, Foto: Andreas Hub; Seite 24: FrankenTourismus,
Foto: Andreas Hub / despositphotos.com_monkeybusiness; Seite 28: Matthias Vaskovics / Bayeri-
sche Staatsforsten AöR, Foto Martin Hertel

Stand: 10/2024



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
- Bahnanreise: 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 lokale 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 Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander

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: FrankenTourismus, Foto: Andreas Hub; Seite 22: FrankenTourismus, Foto: Andreas Hub / despositphotos.com_monkeybusiness; Seite 26: Matthias Vaskovics / Bayerische Staatsforsten AöR, Foto Martin Hertel;

Stand: 10/2024

