

Nachhaltigkeitsbericht 2024

Impressum

WIESBADEN RHEINGAU

Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

Kurhausplatz 1

65189 Wiesbaden

Tel.: 0611 1729-700

Mail: tourismusmarketing@wicm.de

Web: tourismus.wiesbaden.de

Nachhaltigkeitsmanager: Robert Frowein

Tel.: 0611 1729-768

robert.frowein@wicm.de

Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH

Rheinweg 30

65375 Oestrich-Winkel

Tel.: 06723 60272-0

Mail: tourist@rheingau.com

Web: rheingau.com

Nachhaltigkeitsbeauftragte: Maren Gutberlet

Tel.: 06723 60272-13

maren.gutberlet@rheingau.com

Nachhaltigkeitsbeauftragte: Franziska Becker

Tel. 0611 1729-717

franziska.becker@wicm.de

Das Jahr der Datenerfassung ist 2022. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet.

Vorwort



Nachhaltigkeit spielt im Tourismus, sowohl bei Bürgerinnen und Bürgern wie auch bei Reisenden eine wichtige Rolle. Das Thema verlangt mit Blick auf Klimaanpassung, Klimaziele, Klimaabkommen und die 17 Ziele der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) eine zeitnahe und langfristige Anpassung des unternehmerischen Handelns.

Denken wir an die ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit, so ist Nachhaltigkeit sehr vielfältig und lässt sich unterschiedlich umsetzen. Jedes Unternehmen

hat andere Schwerpunkte und zur Verfügung stehende Ressourcen. Vereint uns aber doch alle die Notwendigkeit und der Wunsch, unseren Anteil zu einem nachhaltigeren Wirtschaften beizutragen. Und so haben wir uns als Destination WIESBADEN RHEINGAU gemeinsam auf den Weg begeben, die Destination in einem langfristig ausgelegten Prozess als nachhaltiges Reiseziel auszurichten. Mit der Zusammenarbeit mit TourCert stellen wir sicher, dass wir all unsere Maßnahmen, sowohl in den Tourismusorganisationen als auch in den Partnerbetrieben ganzheitlich, strukturiert und einheitlich umsetzen. Das TourCert-Logo macht unsere Bemühungen im touristischen Bereich sichtbar. Gleichzeitig treibt die Zertifizierung die nachhaltige Entwicklung der Leistungsträger und damit der Destination weiter voran. Der Zertifizierungsprozess ist als Destinationsprojekt zu verstehen, das die Landeshauptstadt Wiesbaden und den Rheingau weiter verbindet, aber auch die Leistungsträger untereinander und die Zusammenarbeit mit den Destinationsmanagementorganisationen stärkt.

Der vorliegende Bericht zeigt als umfangreiche und transparente Darstellung den aktuellen Status Quo im Prozess auf und gibt Auskunft darüber, in welchen Bereichen wir bereits Erfolge und Fortschritte erzielen konnten und an welchen Stellen wir uns noch verbessern und wie Verbesserungsmaßnahmen implementiert werden müssen.

Hervorzuheben ist, neben der guten und fruchtbaren Zusammenarbeit der einzelnen Beteiligten, insbesondere die großartige Motivation der Leistungsträger in der Destination und die gegenseitige Inspiration und Wunsch, die Nachhaltigkeit in den einzelnen Betrieben voranzutreiben.

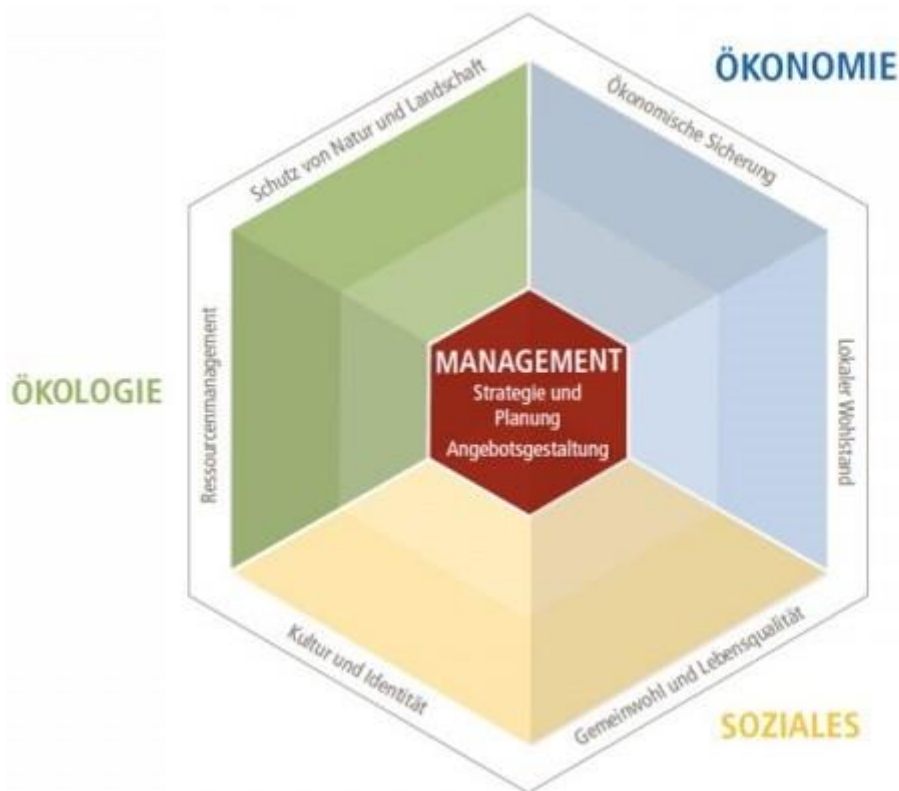
Martin Michel
Geschäftsführer der Wiesbaden Congress
& Marketing GmbH

Dominik Russler
Geschäftsführer der Rheingau-Taunus Kultur
und Tourismus GmbH

Inhaltsverzeichnis

1. Management: Strategie und Planung	4
1.1 Politische Entscheidung	4
1.2 Tourismusstrategie.....	4
1.3 Nachhaltigkeitsrat	5
1.4 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur.....	6
1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug.....	6
1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte	6
1.7 Partnerbetriebe	6
1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen	8
1.9 Nachhaltigkeitskommunikation	9
1.10 Nachhaltigkeitsbericht	10
1.11 Rechtskonformität	10
1.12 Rahmenbedingungen Standortentwicklung.....	10
1.13 Verbesserungsmanagement.....	10
2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung.....	11
2.1 Gästezufriedenheit und -feedback.....	11
2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation	11
2.3 Gästeinformation.....	11
2.4 Werbe- und Informationsmaterial	12
2.7 Nachhaltige Produktbausteine.....	13
3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung	13
3.1 Wirtschaftliche Stabilität	13
3.2 Saisonalität und Wirtschaftliche Stabilität.....	14
3.3 Zufriedenheit mit der DMO	15
4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand.....	16
4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe	16
4.2 Öko-faire Beschaffung	16
4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung.....	16
5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft.....	18
5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt	18
5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren	18
5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt	19
5.3.1 Interaktion mit Wildtieren	19
5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild.....	20
5.5 Regional abgestimmte Besucherlenkung.....	20
5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen	21
5.7 Artenausbeutung und Tierschutz	21
6. Umwelt: Ressourcenmanagement	21

6.1 Handlungsfelder des Klimawandels	21
6.1.1 Anpassung an den Klimawandel	22
6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte	22
6.3 Umweltschonende An- und Abreise	23
6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort	23
6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben	23
6.6 Wasserverbrauch und Wasserrisiko	23
6.7 Wasserqualität	24
6.8 Abwasser	24
6.9 Licht- und Lärmverschmutzung	24
6.10 Energieeffizienz	24
6.11 Abfall	25
6.12 Papier	25
6.13 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten	26
7. Soziales: Kultur und Identität	26
7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern	26
7.2 Kulturelle Artefakte	27
7.3 Geistiges Eigentum	27
7.4 Kulturelle Identität	27
7.5 Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten	27
8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität	27
8.1 Menschenrechte	27
8.2 Risikomanagement	27
8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen	28
8.4 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung	28
8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement	28
8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO	29
8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO	29
8.8 Toleranz und Inklusion	29
8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit	30



1. Management: Strategie und Planung

1.1 Politische Entscheidung

Mit der Aufnahme des Querschnittsthemas Nachhaltigkeit in die Positionspapiere und Strategien der Landesregierung wurde der Grundstein für eine nachhaltige Tourismusentwicklung in Hessen gelegt. Auf Initiative des Tourismus Management Hessen UG und gemeinsam mit allen anderen neun hessischen Tourismusdestinationen befindet sich die Destination WIESBADEN RHEINGAU seit Ende 2022 auf dem Weg zum Nachhaltigen Reiseziel nach TourCert.

1.2 Tourismusstrategie

Die Tourismusdestination WIESBADEN RHEINGAU wurde im Jahr 2021 neu gegründet und bildet die Dachmarke der beiden Regionen Landeshauptstadt Wiesbaden und dem die Stadt umarmenden Rheingau. Mit der Zusammenführung manifestierte sich eine verbindlichere und mit mehr Mitteln ausgestattete Zusammenarbeit zwischen beiden Partnern.

Im Zuge der Destinationsneugründung wurde ein Eckpunktepapier erstellt, das die strategische Ausrichtung der Destination festschreibt. In besonderer Weise stellt die Strategie die regionalen Besonderheiten, die Identität und die Regionalität in den Mittelpunkt der Marktbearbeitung. Die drei wesentlichen Eckpunkte der Markenpersönlichkeit sind:

- Genussdestination mit Lebensfreude
- Entspannte Lebensart
- Ausgeprägte Festkultur

Insbesondere durch die Nutzung von themenbezogenen Synergien in der Marktbearbeitung profitieren beide Partner. Angebotsthemen und Themenkompetenzen von Rheingau und Wiesbaden überschneiden sich in Teilen oder ergänzen sich ideal, wodurch umfassende Mehrwerte für Gäste und Besucherinnen und Besucher geschaffen werden. Der von beiden Partnern angestrebte Ausbau aller Themen rund um Nachhaltigkeit und Regionalität lässt sich in einem gemeinsamen, aufeinander abgestimmten Themenportfolio erfolgreich umsetzen.

Für die Landeshauptstadt Wiesbaden verfolgt die Wiesbaden Congress und Marketing GmbH als zuständige Destinations Management Organisation (DMO) die „[Tourismusstrategie 2026+](#)“. Nachhaltigkeit und Digitalisierung fungieren als Querschnittsthemen und werden stets mitgedacht. Die Entwicklung des Tourismus in Wiesbaden wird im jährlichen Tourismusbericht abgebildet.

Die Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH ist die DMO im Rheingau und richtet ihre touristische Arbeit am [Strategischen Marketingplan Rheingau](#) aus. Querschnittsthemen wie Digitalisierung, Qualität, Nachhaltigkeit und Mobilität finden bei der Umsetzung der einzelnen Handlungsfelder Berücksichtigung und spiegeln sich in den Handlungsempfehlungen wider.

Eingebettet sind die regionalen Tourismusstrategien vom [Tourismuspolitischen Handlungsrahmen](#) des Reiselandes Hessen, der die gemeinsame Strategie zur Stärkung des hessischen Tourismus beschreibt. Auch im Hinblick auf die Ansprüche der postmateriellen Zielgruppe ist „[d]ie Verbesserung der Aufenthalts- und Lebensqualität für Gäste und Einheimische sowie die Ausrichtung auf einen verantwortungsvollen Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit“¹ hier als wesentliches strategisches Ziel festgehalten.

1.3 Nachhaltigkeitsrat

Der Nachhaltigkeitsrat wurde im Zuge des Zertifizierungsprozesses zum „Nachhaltigen Reiseziel“ gegründet. Er vereint die Perspektiven unterschiedlicher Dimensionen der Nachhaltigkeit und fungiert als beratendes wie kontrollierendes Gremium. Der Rat setzt sich (Stand März 2024) aus Vertreterinnen und Vertretern der folgenden Institutionen zusammen:

1. DEHOGA Hessen
2. ESWE Verkehr
3. Forstamt Rüdesheim
4. Forstamt Wiesbaden
5. Hochschule Geisenheim
6. Hochschule RheinMain (Nachhaltigkeitsbüro)
7. Interessengemeinschaft für Behinderte (IFB e.V.)
8. IHK Wiesbaden
9. Kulturbeirat
10. Naturpark RheinTaunus
11. Referat für Wirtschaft und Beschäftigung
12. Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH
13. Rheingauer Weinbauverband
14. sb² concepts (externe CSR- und Nachhaltigkeitsberatung)
15. Umweltdezernat
16. Wiesbaden Congress & Marketing GmbH
17. Wirtschaftsförderung
18. Zweckverband Rheingau

Der Nachhaltigkeitsrat fördert die nachhaltige Entwicklung der Destination. In der konstituierenden Sitzung wurde das Leitbild der Destination abgestimmt, in einem zweiten Termin das TourCert Verbesserungsprogramm beschlossen.

¹ Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (2023): Tourismuspolitischer Handlungsrahmen Hessen 2023

1.4 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur

Mit dem Zusammenschluss der Landeshauptstadt Wiesbaden und des Rheingaus zur Destination WIESBADEN RHEINGAU im Jahr 2021 wird das ganzheitliche Destinationsmanagement von gleich zwei DMOs getragen. Eingebettet ist diese Destinationsebene in das Drei-Ebenen-Modell im Hessen Tourismus, das die touristischen Organisations- und Zusammenarbeitsstrukturen verdeutlicht. Aufgrund der überschaubaren Größe der Destination existieren auf lokaler Ebene keine touristischen Arbeitsgemeinschaften (TAGs). Ihre Aufgaben übernehmen ebenfalls die beiden DMOs. In Wiesbaden ist die Tourist-Information Teil der WICM, im Rheingau pflegt die RTKT eine enge Zusammenarbeit mit den Kommunen und ihrer jeweiligen Tourist-Information.

Im Tourismuspolitischen Handlungsrahmen Hessen (TPH) 2023 wurden wesentliche Transformationslinien definiert, die nicht nur Auswirkungen auf die inhaltliche Ausrichtung des TPH, sondern auch auf die Aufgaben und Strukturen im Drei-Ebenen-Modell haben. Die vier Transformationslinien „ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit“, „innen gerichtete Management- und Entwicklungsaufgaben mit neuen Schnittstellen“, „veränderte Aufgabenteilung und Zusammenarbeit im touristischen System“ und „Verknüpfung urbaner und ländlicher Räume“ prägen somit ein neues Selbstverständnis im Tourismus.

	Einheit	2023
1.4.1. Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität haben	%	40
1.4.2. Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die in der DMO organisatorisch vertreten sind	%	100

1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug

Auf dem Weg zum „Nachhaltigen Reiseziel“ nach TourCert wurde für die Destination ein [Leitbild](#) mit Nachhaltigkeitsschwerpunkt erarbeitet. Dies geschah in enger Zusammenarbeit mit dem Nachhaltigkeitsrat und auf Basis bereits bestehender Leitsätze. Das Dokument wurde auf den Webseiten der beiden DMOs veröffentlicht und dient touristischen Stakeholdern als Orientierung und Argumentationsgrundlage.

1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte

Zum Jahresbeginn 2024 wurde bei der WICM eine Stelle Nachhaltigkeitsmanagement geschaffen und besetzt (siehe Verbesserungsprogramm 1.1.). Der Nachhaltigkeitsmanager koordiniert die internen Nachhaltigkeitsbemühungen des Unternehmens und ist kompetenter Ansprechpartner für Kolleginnen und Kollegen. Unterstützt wird er dabei von Nachhaltigkeitsbeauftragten bei der RTKT und der Destination. Sie stehen Partnerbetrieben und externen Stakeholdern beratend zur Seite und verantworten maßgeblich den Zertifizierungsprozess zum „Nachhaltigen Reiseziel“, die Umsetzung der Verbesserungsmaßnahmen auf Destinations-/DMO-Ebene sowie den Nachhaltigkeitsrat.

1.7 Partnerbetriebe

Ab offiziellem Kick-Off des Nachhaltigkeitsprozesses in der Destination beim Tourismusdialog am 18. März 2023 wurden TourCert Partnerbetriebe akquiriert. Das Partnernetzwerk aus touristischen Leistungsträgern wächst laufend und soll in den Folgejahren weiter ausgebaut werden (siehe Verbesserungsprogramm 2.2.). Starke Partner aus u.a. Hotellerie, Gastronomie, Kultur und touristischen Veranstaltern unterstützen die Destination auf dem Weg in eine enkeltaugliche Zukunft.

Tabelle 1: TourCert Partnernetzwerk (Stand Mai 2024)

	Partnerbetrieb	Kategorie	Zertifizierung
1.	Star-Apart Hansa Hotel Wiesbaden	Hotellerie	TC Qualified
2.	Mercure Hotel Wiesbaden	Hotellerie	TC Qualified
3.	Breuers Rüdeshheimer Schloss	Hotellerie/ Gastronomie	TC Qualified
4.	Hotel Trapp Rüdeseim	Hotellerie	TC Qualified
5.	Intercity Hotel Wiesbaden	Hotellerie	ISO 14001
6.	Hotel Nassauer Hof Wiesbaden	Hotellerie	GreenSign Level 4
7.	Hotel im Schulhaus	Hotellerie	Viabono
8.	Weinhotel zum Grünen Kranz	Hotellerie	Green Sign
9.	Pentahotel Wiesbaden	Hotellerie	HRS Green Stay
10.	Achat Hotel Wiesbaden	Hotellerie	Green Sign Level 3
11.	Dorint Pallas Wiesbaden	Hotellerie	Certified Green Hotel
12.	Hotel Oranien Wiesbaden	Hotellerie	DEHOGA Umweltcheck Gold
13.	Motel One Wiesbaden	Hotellerie	Green Key
14.	Schloss Reinhartshausen	Hotellerie	TourCert Qualified
15.	Hotel Lindenwirt	Hotellerie	Hessen à la Carte
16.	Weinhaus zum Krug	Hotellerie/ Gastronomie	Hessen à la Carte
17.	Agathes Gute Küche	Gastronomie	Hessen à la Carte
18.	cult-touren	Freizeitveranstalter	TC Qualified
19.	Museum Wiesbaden	Kultureinrichtung	TC Qualified
20.	Theater im Pariser Hof	Kultureinrichtung	TC Qualified
21.	Stiftung Kloster Eberbach	Kultureinrichtung	TC Qualified
22.	Kulturzentrum Schlachthof	Kultureinrichtung	Ökoprofit
23.	Villa Clementine	Kultureinrichtung	TC Qualified
24.	Weitblick Naturerlebnis GmbH	Hochseilgarten	TC Qualified
25.	Rössler Linie	Schiffahrt	TC Qualified
26.	Tourist-Information Eltville	Tourist-Information	TC Qualified
27.	Tourist-Information Lorch	Tourist-Information	TC Qualified
28.	Tourist-Information Oestrich-Winkel	Tourist-Information	TC Qualified
29.	Tourist-Information Rüdeseim	Tourist-Information	TC Qualified
30.	Tourist-Information Wiesbaden	Tourist-Information	Ökoprofit
31.	Flow Working Wiesbaden	Eventlocation	TC Qualified
32.	Heimathafen	Eventlocation	TC Qualified
33.	Kurhaus Wiesbaden	Veranstaltungshaus	Ökoprofit/ Green Globe
34.	RMCC	Veranstaltungshaus	Ökoprofit/ Green Globe
35.	Weingut Breuer	Weingut	Fair n Green
36.	Weingut Crass	Weingut	Fair n Green
37.	Weingut Bibo-Runge	Weingut	Fair n Green
38.	Weingut Kesselbach	Weingut	Hessen à la Carte
39.	Weingut Kaufmann	Weingut	Katzensprung 2.0 / Demeter
40.	Weingut Dr. Corvers-Kauter	Weingut	Bioland
41.	Hof Erbenheim	Landwirtschaft	100 nachhaltige Bauernhöfe

WICM und RTKT fördern gemeinsam mit dem TourCert Partnernetzwerk Maßnahmen für eine nachhaltige touristische Entwicklung in der Destination und setzen diese zum Teil um. Die beiden DMOs stehen den Partnerbetrieben bei ihrer nachhaltigen Ausrichtung auf Betriebsebene beratend und unterstützend zur Seite. Nachhaltige Partnerbetriebe werden von den DMOs entsprechend in die Marketingkommunikation aufgenommen und kennzeichnend hervorgehoben.

Gemeinsam mit den Partnerbetrieben im Taunus, der sich ebenfalls im Zertifizierungsprozess befindet, und dem Naturpark Rhein-Taunus als Funktionalpartner der Destinationsebene wurde das Projekt „Nachhaltige Kaffeepause“ initiiert. In regelmäßigen, kurzweiligen online- und offline-Netzwerktreffen findet so zu festgelegten Themen ein Wissensaustausch statt. Zur weiteren Sensibilisierung der Partner sind

Wissensduschen zu sozialer Nachhaltigkeit im Betrieb und zu Anreizsystemen für eine Gästesensibilisierung angedacht (siehe Verbesserungsprogramm 2.3. und 6.1.)

In die Ausbildung von Gästeführerinnen und Gästeführern sollen zukünftig Nachhaltigkeitsthemen in besonderem Maße einfließen. Bei der derzeitigen Ausbildung der RTKT von Kultur- und Weinbotschafterinnen und -botschaftern (KuWeiBos) wird das Thema Nachhaltigkeit stärker berücksichtigt (siehe Verbesserungsprogramm 1.1.)

Parallel zum Aufbau des TourCert Partnernetzwerks wird ein [Partnernetzwerk Wiesbaden](#) aufgebaut, das Marketingmaßnahmen und Standort-Kampagnen der Landeshauptstadt bündeln und stärken soll. Die TourCert Zertifizierung wird hier stets mitgedacht und beworben, wodurch beide Netzwerke profitieren und zukünftig weiter ineinander verwoben werden sollen (siehe Verbesserungsprogramm 1.2.).

	Einheit	2023
1.7.1. Anteil anerkannter TourCert Partnerbetriebe ²	%	23
1.7.2. Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	Anz.	49 ³
1.7.3. Anteil von gastgewerblichen Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	%	16 ¹
1.7.4. Nachhaltigkeits-Index Gästeführer*innen	%	76 ⁴

1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen

Abbildung 1 veranschaulicht die für WICM und RTKT für ihre Arbeit relevanten Anspruchsgruppen in der Destination und angrenzenden Regionen. Der Austausch und die Zusammenarbeit mit den Stakeholdern findet in verschiedenen Formen statt und umfasst regelmäßige interne Jour Fixe, Netzwerktreffen, projektbezogene Austauschtermine, Newsletter (B2B, B2C, interner Newsletter), Veranstaltungen, Zertifizierungen und Beratungen.

² Stand März 2024

³ Ausgehend von den von TourCert zum Stand März 2024 anerkannten Auszeichnungen

⁴ 17 Befragungs-Teilnehmende



Abbildung 1: Stakeholdermap WIESBADEN RHEINGAU

1.9 Nachhaltigkeitskommunikation

WICM und RTKT kommunizieren und informieren aktiv über Projekte, Initiativen und Maßnahmen zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in der Destination. TourCert Partnerbetriebe werden künftig auf den verfügbaren Kanälen der DMOs (Webseiten, plazy App, Broschüren, etc.) in ihren nachhaltigen Eigenschaften hervorgehoben (siehe Verbesserungsprogramm 1.2. und 2.7.).

Die Unterseiten zu den Informationen zum TourCert Prozess sollen noch in diesem Jahr hinsichtlich der Zielgruppen „potenzielle Partnerbetriebe“ und „Gäste“ unterteilt werden, sodass beide Gruppen leichten und übersichtlichen Zugang für sie relevante Informationen haben (siehe Verbesserungsprogramm 1.2.).

Als Querschnittsthema wird Nachhaltigkeit nicht explizit kommuniziert, sondern in all ihren Facetten mitgedacht. Ziel ist es, das komplette Angebotsspektrum mittelfristig anhand definierter Nachhaltigkeitskriterien zu bewerten und auszurichten.

Betont wird in der Kommunikation die Nachhaltigkeit als langfristiger Prozess. WIESBADEN RHEINGAU hat mit Anstoß des TourCert Prozesses einen ersten Schritt in eine nachhaltigere Zukunft getan.

	Einheit	2023
1.9.1. Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung	%	71 ⁵ %

Die im Zuge des TourCert Prozesses durchgeführte Gästeinformations-Umfrage ergab, dass in den Tourist-Informationen keine bis kaum umweltschädigende Freizeit- und Tourismusaktivitäten wie Quad- und Motorradtouren beworben werden. Standardmäßig informieren die Mitarbeitenden über umweltfreundliche Verkehrsmittel in der Destination. Bedarf besteht bei Maßnahmen zur Sensibilisierung des Gastes hinsichtlich eines angemessenen Verhaltens beim Besuch von sensiblen Natur- und Kulturgütern sowie beim Ausüben von Sport- und Freizeitaktivitäten mit besonderen Auswirkungen auf Natur und Umwelt.

1.10 Nachhaltigkeitsbericht

Die DMOs tragen die Ergebnisse der Bestandsaufnahme, Initiativen und Maßnahmen sowie den Erfüllungsgrad der Zertifizierungskriterien und das Verbesserungsprogramm in einem Nachhaltigkeitsbericht zusammen. Der Bericht wird auf den Webseiten der DMOs veröffentlicht.

1.11 Rechtskonformität

WICM und RTKT verpflichten sich zur Einhaltung aller rechtlichen Verpflichtungen, der internen Compliance-Regelung sowie der geltenden Umwelt- und Nachhaltigkeitsstandards. Eine Wirtschaftsprüfung erfolgt regelmäßig.

1.12 Rahmenbedingungen Standortentwicklung

WICM und RTKT verpflichten sich zur Einhaltung kommunaler Vorgaben, Konzepte, Pläne und Richtlinien. Für die von der WICM betreuten Veranstaltungshäuser RheinMain CongressCenter (RMCC), Kurhaus und das Jagdschloss Platte gilt eine [Hausordnung](#), die eine nachhaltige Nutzung der Immobilien durchsetzt. Unabhängig vom TourCert Prozess haben sich die drei Veranstaltungshäuser der internationalen Green Globe Zertifizierung angeschlossen. Dabei handelt es sich um einen dauerhaften Prozess, bei dem kontinuierlich Nachhaltigkeitsaspekte geprüft werden.

Darüber hinaus veröffentlichte das Umweltamt Wiesbaden erst kürzlich einen Leitfaden⁶ für nachhaltige Veranstaltungen, der Ausstellern Anhaltspunkte zur ökologischen, sozialen und ökonomischen Gestaltung ihrer Veranstaltung liefert.

Die Erstellung einer Checkliste, unter Berücksichtigung bestehender Richtlinien vom z.B. Wiesbadener Umweltamt und der Stadt Eltville, zur möglichst umweltschonenden Gestaltung von Veranstaltungen ist geplant (siehe Verbesserungsprogramm 2.4.).

1.13 Verbesserungsmanagement

Auf der Grundlage der von TourCert bereitgestellten Struktur wurde ein Verbesserungsprogramm erstellt, das die Aktivitäten zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistungen festhält. Ausgelegt auf die nächsten drei Jahre verpflichten sich die DMOs, unterschiedliche Maßnahmen in den acht übergeordneten Handlungsfeldern voranzutreiben. Für jede Aktivität werden Ergebnisindikatoren, verantwortliche Personen und eine zeitliche Frist für die Umsetzung der Aktivitäten definiert. Das Verbesserungsprogramm wurde in der zweiten Sitzung des Nachhaltigkeitsrats mit den Mitgliedern abgestimmt. Es wird fortan jährlich auf den Umsetzungsfortschritt überprüft und um neue Nachhaltigkeitsmaßnahmen in der Destination ergänzt.

⁵ 10 Befragungs-Teilnehmende (2 davon nicht vollständig)

⁶ Umweltamt Wiesbaden (2024): Ökologisch und fair feiern

2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung

2.1 Gästezufriedenheit und -feedback

Die Gästezufriedenheit und weiteres Gästefeedback wird von der Landesmarketingorganisation des Bundeslands Hessen via TrustYou Reporting für die Beherbergungsbetriebe in der Destination erhoben. TrustYou erfasst alle Gästebewertungen, Fragebögen, Anfragen und Nachrichten aus über 250 Buchungs- und Bewertungsportalen.

Darüber hinaus versendet die WICM bei Gästebuchungen über die eigenen Systeme einen [standardisierten Feedback-Bogen](#), der zuletzt um Nachhaltigkeitskriterien ergänzt wurde. Ein analoges Vorgehen im Rheingau wird geprüft (siehe Verbesserungsprogramm 1.3).

Eine destinationsweite Gästebefragung ist angedacht. Die Angliederung an eine hessenweite, einheitliche und somit vergleichbare Gästebefragung wird geprüft (siehe Verbesserungsprogramm 6.1.).

2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation

Ein qualitätsvoller Tourismus wird von den DMOs ausdrücklich gefordert und gefördert. Beide DMOs sind Teil der 2024 gegründeten Arbeitsgruppe (AG) Qualität von Hessen Tourismus, um gemeinsam ein neu entwickeltes Qualitätsverständnis für den gesamten hessischen Tourismus zu etablieren. Der Ausbau der Destination als Qualitätsreiseziel ist sowohl in der Tourismusstrategie der Landeshauptstadt als auch im Strategiepapier des Rheingaus festgehalten. Für die Destination als Ganzes wurde das Profilierungsziel „Umsetzung einer Premiumstrategie als hochwertiges und nachhaltiges Qualitätsreiseziel mit einer ausgeprägten und individuellen Regionalität“⁷ definiert.

Die Tourist Information Wiesbaden sowie die RTKT sind von Servicequalität (SQ) Deutschland zertifizierte Betriebe.

Einzelne Zertifizierungen der Leistungsträger wie die DTV, Bett&Bike und Reisen für alle Klassifizierungen werden von Mitarbeitenden der RTKT geprüft und ausgezeichnet. Bei anderen übergeordneten Zertifizierungen wie der DEHOGA Sterneklassifizierung oder Hessen a la Carte Auszeichnung werden die Mitarbeitenden in die Prüfungen eingebunden.

	Einheit	2023
2.2.1. Anteil von Tourismusbetrieben ⁸ mit einer Qualitätsauszeichnung ⁹	%	4,2%

2.3 Gästeinformation

Besucherinnen und Besucher der Destination WIESBADEN RHEINGAU können sich direkt vor Ort in einer der acht Tourist- Informationen über die Region informieren. Hinweise zu kulturellen Veranstaltungen finden Gäste zudem in den Veranstaltungskalendern auf den Tourismuswebseiten von Wiesbaden und dem Rheingau.

Unter Berücksichtigung sensibler Standorte und Landschaften findet die Besucherlenkung anhand Beschilderungen und Informationstafeln statt. Wander- und Radwege sind zusätzlich im Outdooractive Tourenportal angelegt.

Im Naturpark RheinTaunus als Teil des Rheingaus gelten die allgemeinen Verhaltensregeln in Schutzgebieten und werden entsprechend kommuniziert.

⁷ ProjektM GmbH (2021:6): Entwicklung von Wiesbaden und Rheingau zu einem gemeinsamen Destination „Wiesbaden Rheingau“

⁸ Grundlage: Hotellerie & Gastronomie (Quelle: IHK Wiesbaden, IHK Frankfurt)

⁹ Bett&Bike, Reisen für Alle, ServQual, Wanderbares Deutschland, Hessen à la Carte, DTV-Klassifizierung für Ferienwohnungen, Deutsche Hotelklassifizierung

Eine destinationsweite Gästebefragung wurde bislang nicht durchgeführt. Siehe hierzu auch Punkt 2.1.

	Einheit	2023
2.3.1. Anzahl von touristischen Informationsstellen	Anz.	8
2.3.2. Bei einer Gästebefragung: Anteil der Gäste, die angeben, dass sie sich der Nachhaltigkeitsbestrebungen und -aktivitäten der Destination bewusst sind.	%	-

2.4 Werbe- und Informationsmaterial

Die Informationsbroschüren der Tourismusdestination richten sich an Gäste wie Einheimische gleichermaßen. Bei allen POIs (Sehenswürdigkeiten, Gastronomiebetrieben, Weingütern etc.) wird möglichst die nächstgelegene Haltestelle öffentlicher Verkehrsmittel angegeben, um den Besuchenden auf Möglichkeiten einer umweltschonenden Anreise hinzuweisen und diese zu erleichtern.

Grundsätzlich wird die Anzahl der Print-Broschüren auf ein Minimum reduziert. Alle Broschüren werden zusätzlich als Blätter-Version auf den Internetseiten der DMOs veröffentlicht, um so den Papierverbrauch zu reduzieren.

Touristische Inhalte und Angebote werden gemeinsam mit den Stakeholdern vor Ort entwickelt und gebündelt. Dabei werden die jeweiligen Stärken und Eigenschaften des Partners hervorgehoben.

Produkte der Wiesbadener Tourist-Information erfuhren 2023 einen Relaunch und wurden auf Nachhaltigkeitsaspekte geprüft. Es werden nunmehr ausschließlich regional produzierte Produkte mit Destinationsbezug verkauft. Die Tourist- Information dient als Schaufenster der Region. Auch die Tourist-Informationen im Rheingau haben überwiegend regionale Produkte in ihren Sortimenten.

2.5 Erläuterung der Stätten

Die Erstellung von Informationsmaterial erfolgt in enger Abstimmung mit der gastgebenden Gemeinde, des Partners oder des Leistungsträgers, um eine Korrektheit der Inhalte zu gewährleisten.

2.6 Barrierefreiheit

Zum Stand 2023 waren acht Betriebe in der Destination nach „Reisen für Alle“ geprüft und ausgezeichnet. Eine Ausweitung des Netzwerks ist wünschenswert und wird ausdrücklich gefördert. Angebotsrelevante Produkte sollen hinsichtlich Barrierefreiheit abgefragt, recherchiert und entsprechend kommuniziert werden (siehe Verbesserungsprogramm 2.6.).

Ein Aufgreifen und Bewerben des Themas in Austauschrunden mit Leistungsträgern ist angedacht. Darüber hinaus sollen die Mitarbeitenden eine Schulung zum Thema „Reisen für Alle“ bzw. Barrierefreiheit erhalten (siehe Verbesserungsprogramm 1.4.). In die Ausbildung der Gästeführerinnen und -führer werden entsprechende Schulungen bereits integriert.

Wiesbaden verfügt über eine eigene [Webseite](#) zum Thema Barrierefreiheit, die vom Amt für Soziale Arbeit betreut wird. Hier sind barrierefreie ÖPNV Optionen sowie barrierefreie Kultureinrichtungen gelistet.

Eine Prüfung der Webseiten auf Barrierearmut soll zeitnah erfolgen (siehe Verbesserungsprogramm 1.4.).

	Einheit	2023
2.6.1. Anteil von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)	%	0,5

2.7 Nachhaltige Produktbausteine

Im Zuge der TourCert Zertifizierung der Destination wurden vereinzelte touristische Angebote der WICM und RTKT anhand eines Kriterienkatalogs auf Nachhaltigkeitsaspekte überprüft. In Zukunft sollen alle bestehenden und neu entwickelten Angebote anhand eines auf die Destination zugeschnittenen Kriterienkatalogs überprüft und entsprechend optimiert werden. Die Entwicklung eines solchen Kriterienkatalogs ist angestoßen (siehe Verbesserungsprogramm 2.1.).

Die bewerteten Angebote basierten auf regionalen Eigenschaften und regionalen Leistungsträgern bzw. wurden gemeinsam mit ihnen entwickelt und realisiert. So entsteht ein authentisches Angebot, das die regionale Wirtschaft und Identität stärkt. Ein System zur Erfassung oder Möglichkeiten zur Kompensation von Treibhausgasemissionen existiert aktuell nicht.

Nachhaltige Angebote werden bewusst nicht explizit als solche ausgewiesen. Ziel ist es, mittelfristig ausschließlich umweltschonende Aktivitäten zu entwickeln und anzubieten. Bei Kooperationen und Kampagnen werden TourCert Partnerbetriebe und ihre Angebote bevorzugt (siehe Verbesserungsprogramm 2.2.).

3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung

3.1 Wirtschaftliche Stabilität

WICM und RTKT erheben Kennzahlen zur wirtschaftlichen Stabilität der Destination und veröffentlichen diese jährlich. Eine dwif-Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus in der Destination mit Bezugsjahr 2024 wird beauftragt (siehe Verbesserungsprogramm 8.1.).

	Einheit	2022	
		Wiesbaden	Rheingau
3.1.1. Durchschnittliche Bettenauslastung	%	37,4	31,55
3.1.2. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	2,2	2,1
3.1.3. Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner*innen (Tourismusintensität)	Anz	3,92	5,95
3.1.4. Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region ¹⁰	€	685,7 Mio.	211,1 Mio.
3.1.4.1. Gesamte direkte Einnahmen des Tourismus in der Region ¹¹	€	195,2 Mio.	61,5 Mio.
3.1.4.2. Gesamtes indirektes Einkommen aus dem Tourismus in der Region ¹²	€	123 Mio.	73,4 Mio.
3.1.5. Touristische Ausgaben pro Besucher*in pro Tag ⁸	€	45,8	41,77
3.1.6. Höhe des Steueraufkommens des Tourismus ¹³	€	63,9 Mio.	19,9 Mio.
3.1.7. Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen ⁸	%	5,9	6,8

Bei beiden DMOs handelt es sich um wirtschaftlich stabile Unternehmen. Der Umsatz der beiden DMOs setzte sich im Jahr 2022 wie folgt zusammen:

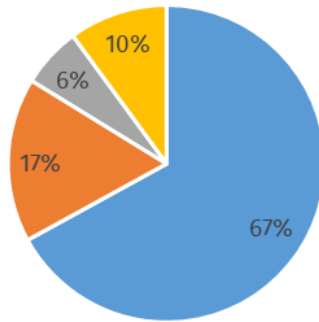
¹⁰ Summe Bruttoumsätze aus Übernachtungs- und Tagestourismus, Bezugsjahr 2019 (dwif 2020)

¹¹ Quelle: Dwif 2020, Bezugsjahr 2019

¹² Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Personen mit durchschnittlichem Primäreinkommen aus dem Tourismus / alle Erwerbstätigen (Quelle: dwif 2020, Studie Arbeitsmarkt und Wirtschaft :86)

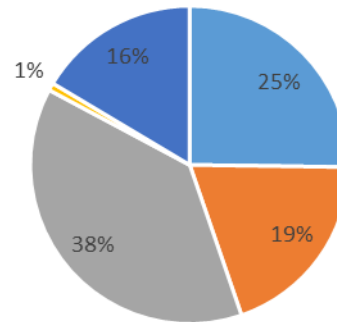
¹³ Einnahmen aus Mehrwertsteuer und Einkommenssteuer, Bezugsjahr 2019 (dwif 2020)

Umsatzanteile Wiesbaden



- Indoor-Veranstaltungen
- Outdoor-Veranstaltungen
- Tourismus inkl. Marketing
- Sonstiges

Umsatzanteile Rheingau



- Tourismusbetrag
- Destination
- Marketingvergütung Gesellschafter, Marketingverein, Kommunen
- Sponsoring
- Marketingprojekte, Erlöse, sonstige Erträge

Aufgrund der vorangestellten Corona-Jahre wird an dieser Stelle von einem Vergleich im Zeitverlauf abgesehen.

3.2 Saisonalität und Wirtschaftliche Stabilität

Die monatlichen Gästeankünfte und Übernachtungen werden in Wiesbaden wie im Rheingau erfasst, Schwankungen im Jahresverlauf sind bekannt. Um die weniger starken Monate auszugleichen, nutzt die Destination u.a. die Reichweite der übergeordneten Landestourismusorganisation, indem sie sich der jährlichen hessischen Leitkampagne anschließt. 2023 legte die Kampagne einen thematischen Fokus auf Wandern im Herbst.

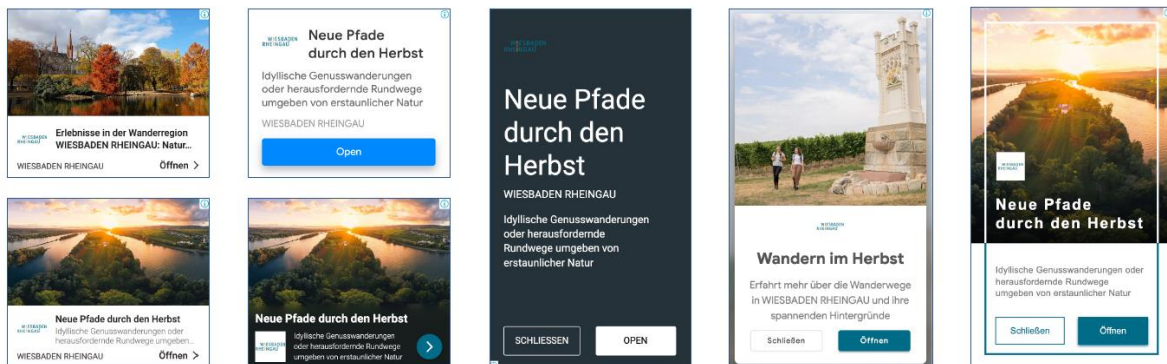


Abbildung 2: Exemplarische Werbemittel der Kampagne „Wandern im Herbst“

Auch selbständige Kampagnen werden in den weniger starken Monaten realisiert. In Wiesbaden wird hier im November ein Schwerpunkt gesetzt, im Rheingau zusätzlich im Monat März.

Insgesamt verzeichnete Wiesbaden im Jahr 2022 495.264 Gästeankünfte und 1,11 Mio. Übernachtungen. Der Rheingau datierte 301.983 Gästeankünfte und 618.406 Übernachtungen.¹⁴

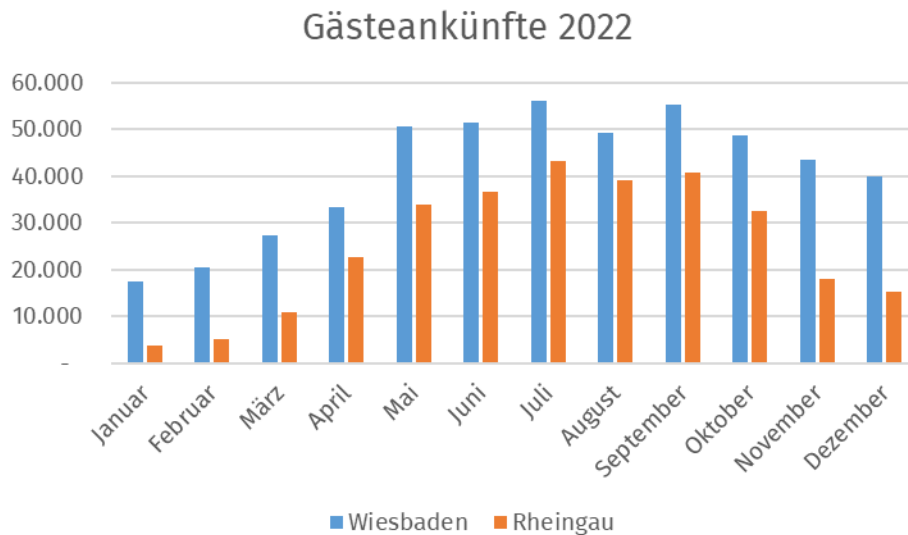


Abbildung 3: Gästeankünfte 2022 in Wiesbaden und im Rheingau

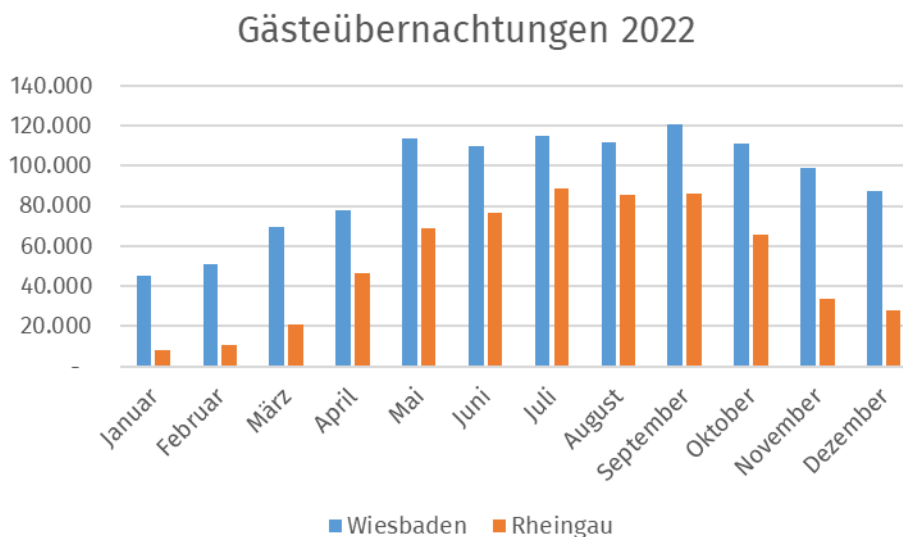


Abbildung 4: Gästeübernachtungen 2022 in Wiesbaden und im Rheingau

3.3 Zufriedenheit mit der DMO

Im Zuge des Nachhaltigkeitsprozesses der Destination wurde eine Umfrage an Geschäftspartner versendet. Aufgrund der geringen Rücklaufquote ist diese nicht repräsentativ. Die geringe Rücklaufquote könnte auf das sehr frühe Stadium im Nachhaltigkeitsprozess zurückzuführen sein, in dem das Projekt noch nicht ausreichend kommuniziert wurde. Die Umfrage soll 2024 mit einem besser auf die Destination zugeschnittenen Fragebogen und angepasstem Verteiler wiederholt werden, um die Zufriedenheit der Zusammenarbeit zwischen Leistungsträgern und DMOs abzuklopfen und entsprechende Verbesserungsmaßnahmen abzuleiten (siehe Verbesserungsprogramm 3.1.).

¹⁴ Hessisches Statistisches Landesamt (2023): Statistische Berichte. Gäste und Übernachtungen im hessischen Tourismus im Dezember 2022

Um Geschäftspartner enger in das Handeln der DMOs einzubeziehen, relevante Daten zur Verfügung zu stellen und die allgemeine Kommunikation mit und zwischen Leistungspartnern zu erleichtern, soll die bestehende WICM Webseite um eine Plattform für Leistungsträger in der Destination erweitert werden. Hier stellen die DMOs Statistiken, wichtige Dokumente zum Download und weitere Informationen zur Verfügung. Der Informationsbedarf wird ebenfalls im Rahmen der Partnerumfrage ermittelt.

4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand

4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe

Touristische Angebote entwickeln die DMOs stets aus den Stärken und Eigenarten der Destination heraus. Im Fokus stehen dabei die drei einleitend erwähnten Kernwerte der Destination „ausgeprägte Festkultur“, „Genussdestination mit Lebensfreude“ sowie „entspannte Lebensart“. Diese nehmen in der Kommunikation eine zentrale Rolle ein.

Der im Sommer 2024 neu aufgelegte Genussguide WIESBADEN RHEINGAU stellt regionale und traditionelle Gastronomie und Produktion vor. Die Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Zur besseren Vernetzung wird die [Übersicht der regionalen Anbieter](#) auf den Websites der Destination fortlaufend ergänzt (siehe Verbesserungsprogramm 4.1.).

Außerdem werden auf den Webseiten die regionalen Anbieter und ihre Produkte beworben. Hier finden Besuchende Informationen zu Gastronomie, Hotellerie und Freizeitangeboten sowie zu Genuss- und Kulturthemen. Bei Veranstaltungen wie den Rheingauer Schlemmerwochen oder der Rheingauer Weinwoche steht der im Rheingau produzierte Wein im Mittelpunkt und wird in Zusammenarbeit lokaler Winzerinnen und Winzer sowie weiteren gastronomischen Anbietern vermarktet.

Sowie im Rheingau als auch in Wiesbaden gibt es einen Zusammenschluss regionaler Leistungsträger. Das „Partnernetzwerk“ in Wiesbaden sowie der „Marketingverein“ im Rheingau dienen der Stärkung der regionalen Wirtschaft. Die Mitgliedsbeiträge werden u.a. für Marketingkampagnen zum Saisonalitätsausgleich und thematische Kampagnen eingesetzt. Eine Kampagne zur Tourismusakzeptanz ist angedacht (siehe Verbesserungsprogramm 8.1.).

4.2 Öko-faire Beschaffung

WICM und RTKT orientieren sich bei der Beschaffung am „[Leitfaden zur nachhaltigen Beschaffung von Bürobedarf](#)“ des Landes Hessen. Die WICM ist zudem an die städtischen Leitlinien zum Einkauf gebunden. Regionale Druckereien werden ausdrücklich bevorzugt. Für das Haus der Region, in welchem sich auch die RTKT befindet, wurde eigens ein ambitionierter Leitfaden zum nachhaltigen Einkauf erstellt, der Vorgaben zu Lebensmitteln, Büromaterial, Druckerzeugnissen und zum Energiesparen umfasst.

4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

Das Thema des Fach- und Arbeitskräftemangels ist in der Region präsent und wird bewusst und lösungsorientiert angegangen.

Gemeinsam mit IHK, DEHOGA, Projob Rheingau-Taunus und Wirtschaftsförderung wurde im Rheingau ein „Runder Tisch Fachkräftemangel“ institutionalisiert, der wiederum zwei Arbeitsgruppen bildet. AG 1 widmet sich kurzfristigen Maßnahmen, während sich AG 2 mit langfristigen Möglichkeiten zur Mitarbeiterakquise und -bindung auseinandersetzt.

Einige Sofort-Maßnahmen wie die Erstellung eines Werbeplakats sowie die Durchführung einer Job-Messe oder eines Service-Crashkurses wurden bereits realisiert.



Abbildung 5: Plakat Service-Crashkurs Gastronomie

In Wiesbaden besteht eine „Arbeitgebermarke Wiesbaden“, die durch großzügige Plakatierung im Stadtgebiet, Messeauftritte, Merchandise und Anzeigenschaltung Online und Print die Stadtverwaltung Wiesbaden als attraktiven Arbeitgeber bewirbt.

Beide Projekte wurden im Rahmen des Veranstaltungsformats “Tourismusdialog Stadt | Land 2024 – gemeinsam Zukunft gestalten” einem breiten Publikum aus touristischen Akteuren präsentiert. Ferner gibt es die Initiative “[Industriebeirat Wiesbaden](#)”, der die Interessen seiner Mitglieder bündelt, um diese an die Stadtpolitik heranzutragen. Dabei geht es vorrangig um lokale stadtpolitische Themen mit Auswirkungen auf die Industrie.

	Einheit	2023	
		Wiesbaden	Rheingau
4.3.1. Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen	Anz	4.720 ¹⁵	1.460
4.3.2. Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe ¹⁶	Anz	165	51 ¹⁷
4.3.3. Anzahl der Gastgewerbe ¹⁸	Anz	1.105	556
4.3.4. Anzahl der Beschäftigten in anderen touristischen Bereichen ¹⁹	Anz	1.620	.. ²⁰

¹⁵ Quelle: Arbeitsagentur <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Branchen-im-Fokus/Branchen-im-Fokus-Nav.html> (Nr. 56 Gastronomie und Nr. 55 Beherbergung), Bezugsjahr 2023

¹⁶ Stand Dezember 2023, Quelle: IHK Wiesbaden, IHK Frankfurt

¹⁷ Quelle: Arbeitsagentur, Bezugsjahr 2023

¹⁸ Bezugsjahr 2023, Quelle: IHK Wiesbaden und IHK Frankfurt (Gastronomie und Hotellerie)

¹⁹ Bezugsjahr 2023. Quelle: Arbeitsagentur. Errechnet aus Nr. 79 Reisebüros, -veranstalter und sonstige Reservierungsdienstleister, Nr. 90 Kreative; künstlerische u- unterhaltende Tätigkeiten; Nr. 91 Bibliotheken, Archive, Museen, zoologische u. ä. Gärten; Nr. 93 Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung

²⁰ Keine Datenverfügbarkeit

5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft

5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt

WICM und RTKT sind sich den negativen Auswirkungen des Tourismus auf die Ökosysteme in der Destination bewusst.

2,38% der Destinationsfläche sind als Naturschutzgebiete ausgewiesen. Große Teile des nicht bebauten Bereichs im Wiesbadener Stadtgebiet sind durch eine Landschaftsschutzgebietsverordnung geschützt. Mit einer Fläche von 12.858 Hektar umfasst es ungefähr 62,7 % der Stadtfläche und ist eines der größten Landschaftsschutzgebiete in Hessen. Teile des Rheingaus liegen auf der Fläche des Naturparks RheinTaunus, mit dem die DMOs eine enge Zusammenarbeit pflegen.

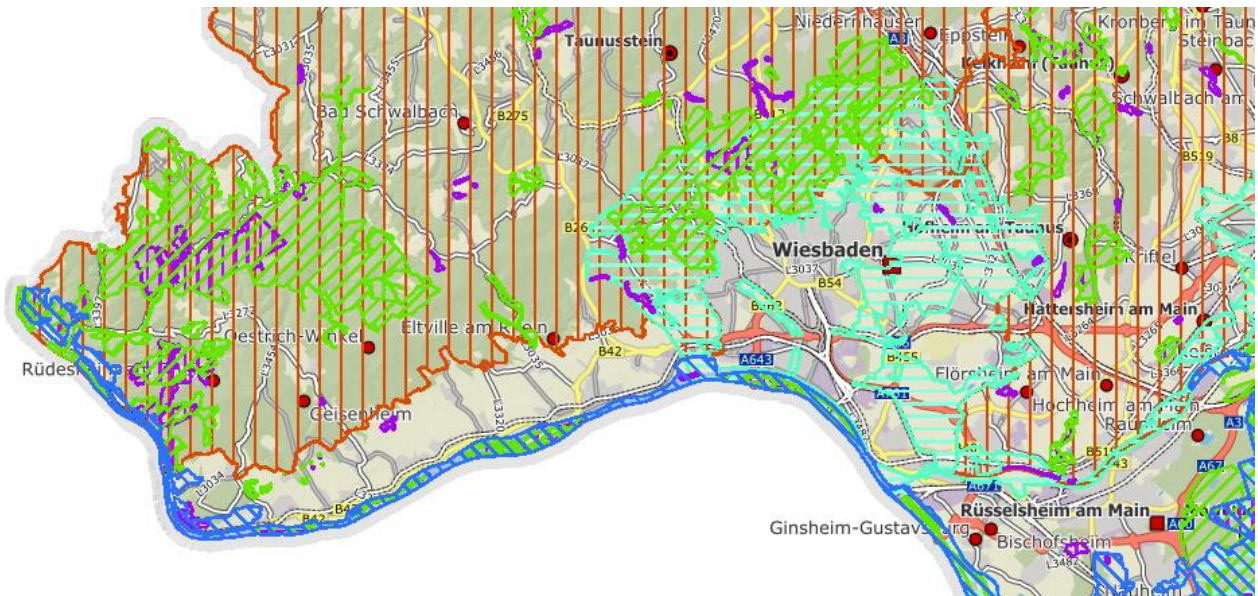


Abbildung 6: Schutzgebiete WIESBADEN RHEINGAU, Quelle: geoportal.hessen.de

Schutzgebiete Hessen

Naturparke



Landschaftsschutzgebiete



Naturschutzgebiete



Fauna-Flora-Habitate



Vogelschutzgebiete



	Einheit	2023
5.1.1. Anteil der als Naturschutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche ²¹	%	2,38

5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren

Ein regelmäßiger Austausch mit Leistungsträgern findet in enger Zusammenarbeit mit dem Taunus Touristik Service und dem Naturpark RheinTaunus in Form einer „Nachhaltigen Kaffeepause“ statt. An online- wie offline-Terminen informiert das Netzwerk über thematische Highlights und nachhaltige Maßnahmen und Möglichkeiten. Das Partnernetzwerk wird weiter ausgebaut (siehe Verbesserungsprogramm 1.2.).

²¹ 454,88 km² Gesamtfläche der Destination. Quelle Naturschutzgebiete:

https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Naturschutzgebiete_im_Rheingau-Taunus-Kreis (18.04.2024) und https://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Naturschutzgebiete_in_Wiesbaden (18.04.2024)

Der Naturpark sowie das Umweltamt der Landeshauptstadt sind mit Ihren Interessen zudem im Nachhaltigkeitsrat vertreten, um die Aktivitäten der beiden DMOs hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf Natur und Umwelt zu kontrollieren.

5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

Im Rahmen des Klimaschutzprogramm ÖKOPROFIT engagiert sich die TriWiCon zusammen mit ihrer Tochter, der WICM, für den Erhalt der Biodiversität im regionalen Kontext. Seit Herbst 2022 engagieren sich die teilnehmenden Unternehmen zusammen mit dem Umweltamt Wiesbaden auf der städtischen Fläche rund um den Wiesbadener Käsbach. Die umgesetzten Maßnahmen reichen von der Entnahme von Neophyten und dem Zurückschneiden von Brombeeren über Anbringen von Nistkästen und der Schaffung von neuen Lebensräumen bis hin zu Baumpflanzungen und der Errichtung von Insektenhotels. Die Unternehmen tragen mit ihrem Engagement an dieser Stelle dazu bei, die Biodiversität zu erhalten und zu schützen. Für den Herbst 2024 ist eine neue Aktion im Rahmen der überregionalen Initiative RhineCleanUp zusammen mit den Partnerbetrieben der Destination geplant. Auch an dieser Stelle möchten die Akteure zum Erhalt der Biodiversität am Rhein beitragen, der als Lebensraum eine zentrale Rolle im Ökosystem der Region spielt (siehe Verbesserungsprogramm 5.1.).

Bildung für nachhaltige Entwicklung soll in der Destination zukünftig stärker und in enger Zusammenarbeit mit dem Naturpark vermittelt und gefördert werden, um Menschen zu zukunftsfähigem Denken und Handeln befähigen (siehe Verbesserungsprogramm 5.1.).

"Mein Handeln hat Konsequenzen – nicht nur für mich und mein Umfeld,
sondern auch für andere. Ich kann dazu beitragen, die Welt ein Stück
weit zu verbessern."²²

5.3.1 Interaktion mit Wildtieren

Bei der Neukonzipierung von Wanderwegen wird auf Artenschutz berücksichtigt. So haben sich die touristischen Akteure z.B. bei der Einrichtung der Wispertrails im Wispertaunus eng mit den Verantwortlichen der Naturschutzbehörden abgestimmt, um den Lebensraum der hier noch vorkommenden Wildkatze zu schützen.

Auf den Wiesbadener Grünflächen ist die Nilgans stark vertreten. Das Umweltamt veröffentlichte einen Artikel zum richtigen Umgang der Tiere in Bezug auf die Fütterung durch Gäste. In der Landeshauptstadt ist die Fütterung an allen stehenden Gewässern der Grünanlagen verboten, um diese empfindlichen Lebensräume für wilde Tiere zu schützen.

Zwei Drittel des Sittich-Bestands im Rhein-Main-Gebiet leben in Wiesbaden. Mit dem Halsbandsittich und dem Alexandersittich haben sich zwei Papageienarten dauerhaft in der Landeshauptstadt angesiedelt. Den Sittichen gegenüber sind grundsätzlich die gesetzlichen Regelungen des Tier-, Natur- und Artenschutzes einzuhalten. Gemäß § 39 Absatz 1 des Bundesnaturschutzgesetzes (BNatSchG) ist es verboten, wildlebende Tiere mutwillig zu beunruhigen, sie ohne vernünftigen Grund zu töten oder ihre Lebensstätten zu beeinträchtigen oder zu zerstören. Für den Alexandersittich als besonders geschützte wildlebende Vogelart gilt zusätzlich der § 44 Abs. 1 Nr. 1 BNatSchG, der beinhaltet, dass es verboten ist, Tieren dieser Art nachzustellen, zu fangen, zu verletzen oder zu töten [...].

Die WICM unterstützt die örtlichen Behörden im Rahmen von kommunikativen Maßnahmen (wie z. B. der Internetpräsenz wiesbaden.de oder die Gästeinformation /-sensibilisierung bei Veranstaltungen bspw. über Social Media).

²² Bundesministerium für Bildung und Forschung (2024), unter https://www.bmbf.de/bmbf/de/bildung/bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung/bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung_node.html

5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

Das Eckpunktepapier zur strategischen Ausrichtung der Destination legt bei den Profilierungszielen einen Schwerpunkt auf eine „ausgeprägte[...] und individuelle[...] Regionalität“.²³ Der Rheingau als traditionelle Kulturlandschaft, durch Weinbau geprägt, ist zentraler Bestandteil der touristischen Vermarktung. Kulturhistorische Sehenswürdigkeiten in der Destination WIESBADEN RHEINGAU“ werden in einer Broschüre speziell für den Gast herausgestellt. Auch bei Stadtführungen wird auf die kulturellen Highlights Bezug genommen.

Große Teile des Stadtgebiets von Wiesbaden einschließlich der historischen Ortskerne der meisten Vororte stehen unter Denkmalschutz. Denkmalschutz bedeutet, das kulturelle Erbe für nachfolgende Generationen zu erhalten und vor Verunstaltungen und Beschädigungen oder gar Zerstörung zu schützen. Die Verantwortung für Denkmalschutz und Denkmalpflege liegt bei der Bauaufsicht Wiesbaden.

Eltville ist mit seinen Ortsteilen Erbach und Hattenheim Mitglied der Deutschen Fachwerkstraße. So stehen weite Teile der Orte unter besonderem Schutz.

5.5 Regional abgestimmte Besucherlenkung

Die von den DMOs konzipierten und beworbenen Wanderwege sind gut ausgeschildert, mit GPS Daten online sowie in Print veröffentlicht und durch ein Qualitätsmanagement betreut.

Zuletzt wurden die 14 Riesling Schleifen, kurze Qualitätsrundwanderwege von Flörsheim über Wiesbaden bis nach Lorch, installiert. Die Routen sind auf der Outdooractive-Webseite hinterlegt und veröffentlicht. Jede

Schleife wird von mindestens einem Wegepaten betreut, der die sichtbare und qualitative Ausschilderung und Wegequalität sicherstellt.



In Wiesbaden wurde 2016 auf Interessenskonflikte zwischen Forst, Wanderern und Mountainbikern reagiert und von Ehrenamtlichen eine 1,4 km lange bergabführende Mountainbike-Strecke errichtet.

Der gut erkennbare „Gravity Trail Schäferskopf“ besteht aus knapp 50

Elementen, um ein möglichst breites Angebot für Downhiller zu bieten.

„Wiesbaden im Ohr“ ist ein digitales Format, durch das Sehenswürdigkeiten nicht nur gesehen, sondern auch gehört werden können. Kennzeichnende Geräusche wie das Rattern der Nerobergbahn oder das Glockenspiel der Marktkirche ertönen an der entsprechenden Station im Stadtgebiet durch Scannen des angebrachten QR-Codes. Vorschläge für die Stationen kamen von Wiesbadenerinnen und Wiesbadenern selbst, über 100 Ideen wurden eingereicht. 14 Stationen sind inzwischen realisiert.

Das Pendant im Rheingau nennt sich „Rheingau Geflüster“. Jede Stadt, jeder Weinort hat gleich mehrere Geschichten zu erzählen oder zu zeigen. Rheingau Geflüster überrascht den Gast mit Audio-Beiträgen, Texten, Bildern und Filmen, die sich ganz einfach mit dem Smartphone scannen, vorführen und sammeln lassen. Jede Tour ist auf Outdooractive.com angelegt.

Ähnlich funktioniert der Wiesbadener Kulturpfad. Er bündelt Informationen zu Wiesbadener Kultureinrichtungen. Über QR-Codes auf zahlreichen Wegweisern erhalten Interessierte weitere Informationen zu 31 Kultureinrichtungen.

Ein Qualitätssicherungsprogramm aller Wander- und Radrouten zur eigenständigen digitalen Schadensmeldung privater Wanderer und Radfahrer ist im Aufbau.

Als weitere Maßnahme werden bei von der DMO organisierten Stadtführungen die Startzeiten und Startpunkte mittelfristig auf ÖPNV-Fahrpläne abgestimmt. So soll zu einer umweltfreundlichen Anreise motiviert werden (siehe Verbesserungsprogramm 1.2.).

²³ ProjektM (2021:6): Entwicklung von Wiesbaden und Rheingau zu einer gemeinsamen Destination „Wiesbaden Rheingau“

Die Regionalparkroute Leinpfad ist der erste durchgehende Rad- und Wanderweg entlang des Rheinuferes. Diese Strecke verläuft von Wiesbaden bis Lorch. Die Entwicklung einer Inforeihe für das Wiesbadener Rhein- und Mainufer gemeinsam mit dem Regionalpark RheinMain ist in Planung.

Digitale Infopoints in Rüdesheim und Assmannshausen: Eine attraktive, zeitgemäße und internationale Informationsstrategie sowie die geschickte Besucherlenkung erhöhen die Sichtbarkeit der touristischen Betriebe und Unternehmen vor Ort. Insgesamt zehn digital zu nutzende Stelen an stark frequentierten Plätzen in Assmannshausen und Rüdesheim bieten ein Informationsnetz mit ortsspezifischen Insidertipps und Anekdoten, Videoclips und Bildern.

Interessierte Gäste scannen QR-Codes mittels ihres Smartphones. Dadurch wird die Tourist-Information entlastet und die Gästezufriedenheit gesteigert.

5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen

Vom Kurhaus bis nach Wiesbaden-Sonnenberg erstreckt sich über 5 km der Wiesbadener Kurpark als wichtige Grünfläche. 1852 im Stil eines englischen Landschaftsgartens angelegt, hat sich der Park gestalterisch kaum verändert. Dies liegt auch am Kulturdenkmal-Status der historischen Parkanlage. Der Kurpark wird von der TriWiCon unterhalten, zu der auch die WICM gehört.

Die RTKT hat ihren Sitz zusammen mit dem Rheingauer Zweckverband, der Rheingauer Weinwerbung und dem Rheingauer Weinbauverband im Haus der Region in Oestrich-Winkel. Die Immobilie verfügt über einen Außenbereich, der naturnah gestaltet ist.

5.7 Artenausbeutung und Tierschutz

WICM und RTKT halten sich an geltende Natur-, Arten- und Tierschutzgesetze (siehe auch 5.3.1).

6. Umwelt: Ressourcenmanagement

6.1 Handlungsfelder des Klimawandels

Den Tourismusverantwortlichen ist der [Klimaplan Hessen](#) bekannt. Dieser wird von den beiden DMOs unterstützt und mitgetragen. Der Maßnahmenplan beinhaltet 90 Maßnahmen in 10 Handlungsfeldern. Der Rheingau-Taunus-Kreis als Klimakommune beteiligt sich maßgeblich an der Umsetzung der Maßnahmen auf kommunaler Ebene.

Der Kreis selbst hat 2019 eine [Klimaschutzstrategie](#) verabschiedet. Die Handlungsmöglichkeiten im Bereich Klimaschutz liegen in verschiedenen Bereichen. Konkreten Maßnahmen sind ein Umsetzungszeitraum und Kosten zugeordnet.

Die Landeshauptstadt Wiesbaden definiert klimapolitische Zielsetzungen im [Integrierten Klimaschutzkonzept](#). Es basiert auf einer umfangreichen Energie- und CO₂-Bilanz, die die Datengrundlage der Potenzialanalyse und Erfolgskontrolle liefert. Aus der Potenzialanalyse abgeleitet ergibt sich ein umsetzungsorientierter Maßnahmenkatalog, der auf die Senkung des Energieverbrauchs, die Steigerung der Energieeffizienz sowie die Nutzung erneuerbarer Energien abzielt. Die Maßnahmen sind priorisiert und mit zu beteiligten Akteuren sowie Kosten beziffert. Ein Monitoring- und Controllingkonzept informiert politische Akteure und die interessierte Öffentlichkeit über den Fortschritt der Maßnahmen und wesentliche Erfolgsfaktoren. Ein wichtiges Instrument des Controllingkonzeptes ist die Fortschreibung der kommunalen CO₂-Bilanz als Basisinstrument der Evaluation.

Als Netzwerkpartner unterstützen WICM und RTKT den Naturpark Rhein-Taunus bei dem Projekt „Katzensprung 2.0“, bei dem Tourismusakteure in der Naturparkkulisse eingebunden werden sollen, um den Deutschlandtourismus klimafreundlicher zu gestalten.²⁴

6.1.1 Anpassung an den Klimawandel

Die Folgen des Klimawandels machen in der Destination WIESBADEN RHEINGAU bemerkbar. Sturmschäden, Trockenheit und Wassermangel in den Wäldern sowie Starkregenereignisse sind Probleme, denen die Region begegnen muss.

Temperatur und Niederschlag sind außerdem maßgebliche Einflussfaktoren auf die Kultur von Wein. Die Kulturlandschaft Rheingau als Weinanbaugebiet ist damit unmittelbar von den Folgen des Klimawandels betroffen und damit verknüpft auch der Tourismus.

Die Erstellung eines Maßnahmenpakets „Anpassung an den Klimawandel – Klimafolgeschäden“ ist auf Kreisebene geplant. Dieses soll sich umsetzungsorientiert an der „[Richtlinie des Landes Hessen](#) zur Förderung von kommunalen Klimaschutz- und Klimaanpassungsprojekten sowie von kommunalen Informationsinitiativen“ ausrichten. Die Verantwortung und Federführung liegen beim Rheingau-Taunus-Kreis.

Die Strategien zur Anpassung an den Klimawandel sind im unter 6.1. erwähnten Integrierten Klimaschutzkonzept berücksichtigt und fließen in den Maßnahmenkatalog mit ein. Die Verantwortung liegt beim Umweltamt der Landeshauptstadt Wiesbaden.

Im Rahmen des Wiesbadener Klimabudgets können städtische Unternehmen die Investitionen in beispielsweise nachhaltige Gebäudetechnik über das Umweltamt Wiesbaden finanziell fördern lassen. Hierbei werden neben Projekten zum Klimaschutz auch Klimaanpassungsmaßnahmen unterstützt.

Im Rahmen des Projekts KliA-Net werden Lösungen für die resultierenden Probleme aus dem Klimawandel identifiziert und exemplarisch umgesetzt. Die Beteiligten des Netzwerks aus allen relevanten Bereichen der Region wie Kommunen, Betriebe, Verbände und Fachbehörden sollen durch die innerhalb des Projektes erforschten und umgesetzten Ergebnisse befähigt werden, selbst praktische Maßnahmen zur Klimaanpassung umzusetzen und gegebenenfalls auf andere Gebiete zu übertragen – wie etwa auf den Obstanbau, die Landwirtschaft sowie Wald- und Naherholungsgebiete.

Die RTKT unterstützt darüber hinaus die von den einzelnen Kommunen umgesetzten Maßnahmen, z.B. bewirtschaftet die [Rosenstadt Eltville](#) ihre Beete nachhaltig.

6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte

Wiesbaden reagiert auf die prognostizierte wachsende Verkehrsbelastung und damit auf die Lärm- und Schadstoffbelastung für die Bevölkerung. Das Mobilitätsleitbild der Landeshauptstadt Wiesbaden hält Maßnahmen zur Verringerung des motorisierten Verkehrsaufkommens fest. Die WICM war an der Erarbeitung des Leitbilds beteiligt. Möglichkeiten der Arbeitgeber, den motorisierten Individualverkehr zu reduzieren setzen die WICM und die RTKT zum Teil um, so steht Mitarbeitenden ein kostenloses Job-Ticket zur Verfügung, zudem beteiligt sich die WICM am jährlichen Stadtradeln.

Darüber hinaus besteht aufgrund des in den letzten Jahren stark zugenommenen elektrischen Individualverkehrs ein [E-Mobilitätskonzept](#) für die Stadt Wiesbaden. Die Verantwortung liegt hierfür beim städtischen Umweltamt.

Seit 2020 besteht im Rheingau-Taunus-Kreis ein [Mobilitätskonzept](#), das auf einer breiten Bestandsanalyse fußt. Es beinhaltet ein Mobilitätsleitbild sowie ein Maßnahmenkonzept für die verschiedenen Verkehrsarten und hält den Umsetzungshorizont sowie die umsetzenden Akteure fest.

²⁴ [Katzensprung 2.0 - Aktiv für den Klimaschutz im Deutschlandtourismus: VDN - Verband Deutscher Naturparke e.V.](#)

Die bestehenden Mobilitätsangebote und -konzepte sollen perspektivisch hinsichtlich ihrer touristischen Relevanz überprüft und daraus ggf. ein touristisches Mobilitätskonzept für die Destination abgeleitet werden (siehe Verbesserungsprogramm 6.1.).

6.3 Umweltschonende An- und Abreise

WICM und RTKT weisen auf den Webseiten und in ihren Broschüren prominent auf die Möglichkeiten einer umweltfreundlichen Anreise mit dem ÖPNV hin (siehe Verbesserungsprogramm 1.2.). Im Austausch mit Leistungsträgern sollen Anreiz-/ Belohnungssysteme für eine umweltschonende An- und Abreise des Gastes vorgestellt werden, Best Practice Berichte aus der Praxis sind wünschenswert (siehe Verbesserungsprogramm 6.1.).

Perspektivisch wird die Einführung einer destinationsweiten Gästekarte angestrebt, welche die kostenlose Nutzung des ÖPNVs ermöglicht. Als digitales Format könnte der Gast die Karte bereits zur umweltfreundlichen An- und auch zur Abreise nutzen. Eine Ausweitung auf die lokale Bevölkerung könnte sich anschließen (siehe Verbesserungsprogramm 8.1.).

Erste Gespräche mit Verkehrsbetrieben und Anbietern haben stattgefunden und sollen weiter intensiviert werden (siehe Verbesserungsprogramm 2.5.). Eine Machbarkeitsstudie für eine Gästekarte im Rheingau wird aktuell geprüft.

	Einheit	2022
6.3.1. Verteilung der Verkehrsmittelwahl bei Gästeankünften	%	~25

6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort

Neben einer umweltschonenden An- und Abreise soll die geplante Gästekarte auch eine umweltschonende Mobilität vor Ort fördern. Durch die wünschenswerte Integration eines kostenlosen ÖPNV in Verbindung mit detaillierten Informationen zu nahegelegenen Haltestellen „erziehen“ die DMOs den Gast, sich möglichst umweltfreundlich in der Destination zu bewegen.

Radverleihstationen sowie [Ladestationen](#) für E-Bikes werden beworben und explizit kommuniziert.

6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben

Im Zuge der Aufnahme von Leistungsträgern in das TourCert Partnernetzwerk wurden die Betriebe anfänglich aufgefordert, ihre Ressourcenverbräuche zu sichten und Einsparpotenziale aufzudecken sowie entsprechende Maßnahmen zur Einsparung zu realisieren. E-Learning Module von TourCert sensibilisieren die Partnerbetriebe zu einem umweltfreundlichen wie sozialen Verhalten.

Die WICM unterstützt ihre Kunden im Convention / MICE-Bereich dabei, den CO₂-Fussabdruck der individuellen Veranstaltung mittels des CO₂-Rechners für Veranstaltungen vom Umweltbundesamt zu berechnen. Zugleich zeigt die WICM in der Beratung auf, welche Maßnahmen für eine effektive CO₂-Minderung und damit für den Klimaschutz sinnvoll sind.

6.6 Wasserverbrauch und Wasserrisiko

Das Thema Wasser spielt durch Weinbau, Rhein und Kurbad in der Destination eine zentrale Rolle. Der Rheingau gilt grundsätzlich als wasserarmes Gebiet, Klimaveränderungen, Starkregenereignisse und Bevölkerungsentwicklung machen der Region zusätzlich zu schaffen. Der Bedarf an Trink- und Brauchwasser steigt. Für das Versorgungsgebiet der Rheingauwasser GmbH wird deshalb aktuell ein kommunales

²⁵ Keine Datenverfügbarkeit

Wasserkonzept erstellt, das u.a. die Möglichkeiten z.B. der Regenwassernutzung zur Trinkwassereinsparung untersucht.

Durch die Rheinlage besteht in Wiesbaden und im Rheingau zudem ein Hochwasserrisiko. In Hessen informiert das Hochwassermeldezentrum Rhein das Regierungspräsidium Darmstadt über prognostizierte Wasserstände und eventuell zu erwartendes Hochwasser und aktualisiert die Prognosen in regelmäßigen Abständen. Von dort wird die Melde- und Warnkette zentral geleitet.

Das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz informiert die staatlichen Stellen und die Bevölkerung über die grundsätzliche Hochwassergefahr. Dies erfolgt beispielsweise durch Radiomeldungen und die Angabe der aktuellen und erwarteten Pegelstände, aber auch online über entsprechende Portale. Dort sind aktuelle Pegelstände, Tendenzen und Warnungen jederzeit einseh- und abrufbar.

Das Regierungspräsidium Darmstadt hat einen Hochwasserrisikomanagementplan erstellt. Hierfür sind „angemessene Ziele für das Risikomanagement zur Verringerung möglicher nachteiliger Hochwasserfolgen für die menschliche Gesundheit, die Umwelt, das Kulturerbe, wirtschaftliche Tätigkeiten und erhebliche Sachwerte und zur Verringerung der Hochwasserwahrscheinlichkeiten im Einzugsgebiet des hessischen Ober-/Mittelrhein Rheingau festgelegt worden. Der Risikomanagementplan dient dazu, die nachteiligen Folgen von Hochwässern zu verringern, soweit dies möglich und verhältnismäßig ist.“²⁶

6.7 Wasserqualität

Die Trinkwasserqualität im Rhein-Main Versorgungsgebiet wird durch ein zertifiziertes Wasserlabor auf Grundlage hoher Umwelt- und Qualitätsstandards überwacht. Dafür wird modernste Analysetechnik eingesetzt, die nach DIN/ISO zertifiziert ist. Aktuelle Trinkwasseranalysen sind im [Web](#) öffentlich abrufbar. Als eines der ältesten Kurbäder Europas schützt Wiesbaden seine 6 wichtigsten und größten Quellen mit einem Heilquellenschutzgebiet. Unterschiedliche Schutzzonen sollen chemische und hygienische Verunreinigung verhindern.

6.8 Abwasser

Das Abwasser in der Region wird durch kommunale Stellen ordnungsgemäß behandelt, wiederverwendet oder sicher entsorgt. In Wiesbaden verlässt das gereinigte Abwasser die Klärwerke sauberer als gesetzlich gefordert.

6.9 Licht- und Lärmverschmutzung

Die Destination hält sich an bestehende Verordnungen des Bundes-Immissionsschutzgesetzes (BImSchG).

6.10 Energieeffizienz

WICM und RTKT haben Kenntnis über den Energieverbrauch des eigenen Betriebs und streben eine Reduktion des Verbrauchs (u. a. durch Anpassungen bzw. Investitionen im Bereich des Gebäudemanagements) an. Aufgrund des Betriebs dreier Veranstaltungshäuser in Wiesbaden, deren Strom- und Energieverbräuche in die Berechnung einfließen, sind die Verbräuche lediglich im Zeitverlauf, nicht aber untereinander vergleichbar. Der Energieverbrauch und insbesondere das Reporting in den Veranstaltungshäusern ist integraler Bestandteil des kontinuierlichen Zertifizierungsprozesses „Green Globe“. Die Werte im Rheingau beziehen sich auf das gesamte Haus der Region. Die relativ hohen Werte sind auf die Gebäudesituation vor Ort zurückzuführen. Einsparmöglichkeiten werden geprüft.

	Einheit	2022	
		Wiesbaden	Rheingau
6.10.1. Stromverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	39.101,42	2.081,86

²⁶ [Hochwasserrisikomanagementplan für den hessischen Ober-/Mittelrhein](#) (2015:5)

6.10.2. Heizenergieverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	51.980,67	16.401,63
6.10.3. Dienstreisen pro Jahr	km	- ²⁷	3.565
6.10.4. Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	100	65

Mitarbeitende der WICM unternahmen im Jahr 2022 18 Flugreisen, darunter waren 12 Kurzstrecken mit bis zu 3 Stunden Länge. Über die gefahrenen Kilometer kann aufgrund der zentralen Abrechnung über die Stadt keine Aussage für die WICM getroffen werden. Das Team der RTKT war 2022 nicht mit dem Flugzeug unterwegs, absolvierte 2.426 km mit dem PKW und rund 1.140km mit dem Zug.

Flugreisen sollen bei der WICM künftig bestmöglich vermieden und auf Willen der Geschäftsführung die Bahn als Fortbewegungsmittel priorisiert werden. Eine entsprechende Bekundung wurde im Rahmen der Personalversammlung formuliert. Eine Richtlinie ist durch den Nachhaltigkeitsmanager in Bearbeitung (siehe Verbesserungsprogramm 6.1.).

6.11 Abfall

RTKT und WICM berechnen ihr Abfallaufkommen auf Basis von Abfallbehältervolumen und der Anzahl der Abfahrten. Die Integration des Abfalls der verschiedenen Veranstaltungshäuser machen eine Errechnung des Abfallaufkommens in Wiesbaden komplex. Dazu kommt das Verursacherprinzip bei Veranstaltungen in den Veranstaltungshäusern der WICM, d.h. der Veranstalter ist für die Entsorgung der auf einer Veranstaltung angefallenen Abfälle verantwortlich.

Ein Mülltrennsystem in den Büroräumlichkeiten der WICM und der RTKT wurde umgesetzt und etabliert.

	Einheit	2022	
		Wiesbaden	Rheingau
6.11.1. Abfallaufkommen Restmüll pro Mitarbeitenden und Jahr	l	- ²⁸	334,88 ²⁹
6.11.2. Abfallaufkommen Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	l	- ²⁶	3069,77 ²⁴
6.11.3. Abfallaufkommen Plastik pro Mitarbeitenden und Jahr	l	- ²⁶	334,88 ²⁴

6.12 Papier

WICM und RTKT erheben ihren Papierverbrauch im Büro sowie für aufgelegte Broschüren. Beide DMOs nutzen für den Bürobedarf ausschließlich FSC-zertifiziertes Papier. Bei der RTKT wird für Broschüren zum Teil noch auf Frischfaser Papier zurückgegriffen, der Anteil soll künftig reduziert werden (siehe Verbesserungsprogramm 5.1.).

	Einheit	2022	
		Wiesbaden	Rheingau
6.12.1. Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	35,17	22,19
6.12.2. Anteil an Recyclingpapier	%	0	0
6.12.3. Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	100	100

²⁷ Keine Datenerhebung

²⁸ Eingeschränkte Datenverfügbarkeit der Häuser in Wiesbaden lassen in 2022 keine Berechnung zu

²⁹ Schätzwert auf Basis des Behältervolumens und der Anzahl der Abfahrten

6.13 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten

WICM und RTKT fördern und fordern umweltfreundliches Verhalten ihrer Mitarbeitenden. Den Mitarbeitenden beider DMOs stehen Jobtickets zur kostenfreien Nutzung des ÖPNV im RMV-Netz zur Verfügung. In den Büros der WICM wurden Steckerleisten zur Reduktion des Stromverbrauchs außerhalb der Arbeitszeiten installiert. Nachhaltigkeitstipps im internen Newsletter geben den Mitarbeitenden Tipps zum Integrieren umweltfreundlicher Maßnahmen in ihren Alltag.

Ein Workshop zum Thema Nachhaltigkeit für die Mitarbeitenden beider DMOs fand am 21. März 2024 statt und informierte und inspirierte zu den Möglichkeiten im Job/Büro, privat und im Tourismus nachhaltiger zu agieren (siehe Verbesserungsprogramm 1.1.).

Mülltrennungssysteme in den Büros motivieren zur korrekten Abfallentsorgung.



7. Soziales: Kultur und Identität

7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern

Das Thema Kultur spielt in der Destination WIESBADEN RHEINGAU eine bedeutende Rolle und ist als Eckpunkt der Markenpersönlichkeit im Strategiepapier festgehalten.

Eine Vielzahl an Museen, Kinos, Theatern, Denkmälern und Zeugen der Vergangenheit in Form von Burgen und Schlössern machen die Kultur für Einheimische und den Gast erlebbar. Zudem wird die Kulturlandschaft Rheingau durch u.a. Weinfeste, Wander- und Radwege zugänglich gemacht. Die Rheingauer Weinmajestäten sind die Botschafter der Weinkultur.

Auf beiden Webseiten ist das Thema Kultur gesondert herausgestellt und umfasst neben Sehenswürdigkeiten auch Veranstaltungen, Literatur, Musik und weitere regionaltypische Eigenarten.

7.2 Kulturelle Artefakte

WICM und RTKT halten sich an geltende Gesetze zum ordnungsgemäßen Verkauf, Handel, die Ausstellung oder das Verschenken von historischen und archäologischen Artefakten.

7.3 Geistiges Eigentum

Geistiges Eigentum von Gemeinschaften und Einzelpersonen werden in der Destination durch gesetzliche Regelungen geschützt und erhalten. Besondere Relevanz für die tägliche Arbeit haben Bild- und Persönlichkeitsrechte. Entsprechend der Vorgaben von Hessen Agentur und TMH werden diese durch Angabe von Lizenzen (CC0, CCby) entsprechend der Datenschutzverordnung gewahrt und geschützt.

7.4 Kulturelle Identität

Im Leitbild der Destination heißt es: „Die Destination WIESBADEN RHEINGAU steht als Weinregion für Lebensfreude, Kultur und Genuss“. Touristische Angebote der Destination fußen auf authentischen Erfahrungen und werden nicht künstlich geschaffen. Dabei wird auf die Besonderheiten des immateriellen Kulturerbes eingegangen.

Beispiele des immateriellen Kulturerbes sind:

- Fastnachtsumzüge
- Kerbegeellschaften
- Weinfeste
- Theater
- Spielbank
- u.v.m.

Bei den Produkten der Tourist-Information sowie den Ausstellern auf regionalen Märkten und Festen wie dem Stadtfest „Theatrium“ handelt es sich größtenteils um lokale Produzenten und Dienstleister, die das regionale Handwerk und die regionale Wirtschaft fördern.

7.5 Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten

Die Destination überwacht und schützt den Zugang der lokalen Bevölkerung zu natürlichen und kulturellen Stätten und stellt ihn bei Bedarf wieder her.

8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität

8.1 Menschenrechte

WICM und RTKT kennt bestehende Rechtsvorschriften zur Einhaltung der Menschenrechte in Deutschland und garantieren die Einhaltung in ihren touristischen Aktivitäten dieser.

8.2 Risikomanagement

Alle von den DMOs organisierten Veranstaltungen im Indoor- wie Outdoor-Bereich liegt ein individuell abgestimmtes Sicherheitskonzept zugrunde. Der Hessische Leitfaden zur „[Sicherheit bei Großveranstaltungen](#)“ ist den Mitarbeitenden der DMOs bekannt.

Die DMOs sind die Kommunikationsschnittstelle zu Gästen und Bevölkerung. Die den DMOs von zuständigen Stellen und dem Rheingau-Taunus-Kreis zugetragenen Informationen werden über die den DMOs zu Verfügung stehenden Kanäle kommuniziert.

Die WICM verfügt als Teil der TriWiCon über ein Risikofrüherkennungssystem. Kernbestandteile des Systems sind die Wirtschaftsplanung und die Zwischenberichterstattung sowie zeitnahe unterjährige Abschlüsse inklusive Soll-/Ist- sowie Periodenvergleiche. Außerdem werden die zu erwarteten Erträge und Aufwendungen der umsatzstärksten Geschäftsfelder monatlich untersucht und kommuniziert.

Zur Dokumentation und Steuerung von internen und externen Risiken wird eine spezielle Software genutzt. Hier werden die identifizierten Risiken bewertet und mit Gegensteuerungsmaßnahmen versehen.

Mit Unterstützung einer Steuerberatungsgesellschaft wurde ferner bei der TriWiCon ein Tax Compliance-System implementiert, um steuerliche und strafrechtliche Risiken zu identifizieren und bestmöglich zu minimieren.

8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen

WICM und RTKT beteiligen sich am „Runden Tisch Arbeitskräftemangel“, der gemeinsam mit Verbänden, Gemeinden und anderen Institutionen kurzfristige wie langfristige Initiativen zur Förderung der Beschäftigungsqualität fördert und Karrieremöglichkeiten und Ausbildung sowie familienfreundliche Arbeitsbedingungen in touristischen Betrieben der Destination unterstützt.

Im Format der „Nachhaltigen Kaffeepause“ soll künftig zu sozialer Nachhaltigkeit informiert, in diesem Zuge auf das Thema Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen eingegangen und Möglichkeiten der Umsetzung aufgezeigt werden.

8.4 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung

„Wichtig ist, die Einwohner selbst auch als Zielgruppe tagestouristisch zu verstehen, nicht zuletzt, um Akzeptanz für den Tourismus zu schaffen bzw. dauerhaft zu erhalten.“ (ProjektM 2021:14)

Eine Tourismusakzeptanz-Studie wurde im Zeitraum 3. Februar bis 16. März 2022 in der Destination durchgeführt. Befragt wurde die deutschsprachige, ortsansässige Wohnbevölkerung ab 16 Jahren. Obwohl die Befragten zu einem Großteil keinen wirtschaftlichen Bezug zum Tourismus hatten, wurde der Tourismus für den eigenen Wohnort als eher positiv bis überwiegend positiv bewertet (47,8%). 15,8% der Befragten empfanden den Tourismus als eher negativ bis überwiegend negativ. In diesem Zusammenhang wurden insbesondere die Verkehrsbelastung (56%), aber auch die Preissteigerung (43%) durch den Tourismus sowie die Belastung der Natur (42%) zumindest saisonal registriert. Ballungstendenzen wurden wenn, nur in der Saison wahrgenommen.

Um die Tourismusakzeptanz in der Destination zu stärken ist eine nach innen gerichtete Botschafterkampagne mit strahlkräftigen Partnern in und aus der Destination, in Zusammenarbeit mit einer Universität oder Agentur, angedacht. Auf den Vorbildcharakter bei der Auswahl der Botschafterin oder des Botschafters wird dabei ein besonderes Augenmerk gelegt (siehe Verbesserungsprogramm 8.1.).

8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement

Das Regionalbudget ist ein Förderprojekt des Landes Hessen. Hier werden ausschließlich kleine Projekte ehrenamtlich agierender Vereine aus Sport, Kultur und Soziales berücksichtigt. Die RTKT informiert über das Projekt und ruft zur Teilnahme auf.

Die Wegepaten des Naturparks Rhein-Taunus und der Riesling Schleifen engagieren sich ehrenamtlich für die Sicherung der Wege. Ihr Engagement honoriert die RTKT mit einer Aufwandsentschädigung und Ehrenamtsfesten.

Die Aktionswoche "Wiesbaden Engagiert!" initiiert und begleitet Kooperationsprojekte zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Einrichtungen. Die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH nimmt bereits seit vielen

Jahren an diesem Projekt teil. Ein engagiertes Team aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unterstützt u. a. das alljährliche Sommerfest der Behindertenseelsorge in der technischen Organisation, beim Auf- und Abbau, mit Essensspenden und während der Veranstaltung.

8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO

Die RTKT bietet Ihren Mitarbeiterinnen in regelmäßigen Jour Fix Terminen einen Austausch an. Die Einführung von jährlichen Zielvereinbarungsgesprächen mit den Mitarbeitern ist vorgesehen. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden flexible Arbeitszeiten und Homeoffice ermöglicht.

Die WICM bietet ihren Mitarbeitenden in Form eines Dialog-Forums die Möglichkeit, eigene Fragen an die Geschäftsführung hervorzubringen. Ein kostenloser Yoga-Kurs rundet das Angebot ab.

Die DMO bietet Plätze in fünf verschiedenen Ausbildungsberufen und in zwei dualen Studienberufen mit tiefem Einblick in die Veranstaltungs- und Tourismusbranche sowie die Option zur Übernahme. Auch bietet die WICM verschiedene Praktika an, von Schülerpraktika bis Praktika im Rahmen eines Studiums und auch Ganzjahrespraktika.

Die TriWiCon wurde von dem Hessischen Innenministerium mit dem Gütesiegel "Familienfreundlicher Arbeitgeber Land Hessen" ausgezeichnet. Dieses Gütesiegel erhalten Firmen, die sich in besonderer Weise mit den Themen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf befassen. Betriebe, die mit dem Gütesiegel ausgezeichnet sind, bieten u.a. eine flexible Gestaltung der Arbeitszeiten, die Möglichkeit zur Homeoffice Nutzung, bedarfsgerechte Angebote, wie z. B. Ferienprogramme oder Notfallbetreuungsangebote und unterstützen Führungskräfte bei der Umsetzung von Beruf und Familie. Weitere Informationen über die WICM als Arbeitgeber können [auf der Webseite](#) eingesehen werden.

	Einheit	2022	
		Wiesbaden	Rheingau
8.6.1. Anzahl Festangestellte (Volläquivalente)	Anz	89,99	4,3
8.6.2. Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anz	0	0

8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO

Die DMOs haben im Zuge des TourCert Prozesses eine Mitarbeitendenumfrage durchgeführt, die jedoch nicht repräsentativ ist und daher hier vernachlässigt wird.

Eine neue, anonyme und auf die DMOs besser zugeschnittene Umfrage ist noch in diesem Jahr angedacht (siehe Verbesserungsprogramm 8.2.).

Dennoch stach der Wunsch nach einem jährlichen Feedback-Gespräch zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden heraus. Diese sollen eingeführt und konsequent durchgeführt werden.

Führungskräfteschulungen könnten dabei behilflich sein und wurden als Maßnahme in das Verbesserungsprogramm aufgenommen (siehe 8.2.).

Die jährliche Fortbildungs- und Teambuildingfahrt in angrenzende touristische Destinationen wurde eingeführt und soll für die Förderung des internen wie externen Austauschs beibehalten werden (siehe Verbesserungsprogramm 8.2.).

8.8 Toleranz und Inklusion

WICM und RTKT garantieren Chancengleichheit in Bezug auf Ausbildungs-, Weiterbildungs-, und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung. Ein toleranter und respektvoller Umgang untereinander wird gestärkt.

Bei der WICM sorgt eine Inklusionsbeauftragte für selbstbestimmte Teilhabe von Menschen mit Behinderung.

Darüber hinaus hat die Landeshauptstadt Wiesbaden bereits 2008 die Charta der Vielfalt unterzeichnet – und will so die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Unternehmenskultur in Deutschland voranbringen.

8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsmanager sowie Nachhaltigkeitsbeauftragte haben das TourCert E-Learning „Travel For Tomorrow“ absolviert. Eine Teilnahme aller Mitarbeitenden am TourCert E-Learning „Fit for Future“ ist geplant. Außerdem nehmen die Nachhaltigkeitsmanagerinnen und -manager an Angeboten zur Nachhaltigkeit der touristischen Partner teil (Hessentourismus, TourCert, DZT etc.)

DMO = *Destinationsmanagementorganisation*

Definition Partnerbetriebe: *Touristische Dienstleister, die mit der DMO in Verbindung stehen und in einer Geschäftsbeziehung oder Abhängigkeit stehen*