

13. Mai 2022

Matrix nachhaltige Destinationsentwicklung



Touristische Leistungsträger*innen und regionale Wirtschaft
Ausgelagerte, Selbständige Betriebe, Lieferant*innen, Dienstleister*innen
 Bsp: Hotels, Bergbahnen, Bäcker*innen, Schreinereien

Eigentümer*innen, Entscheidergremien und Finanzpartner*innen (Kommunal-)Politik, Fördergeber*innen, weitere Geldgeber*innen Ministerien

Mitarbeiter*innen
Angestellte und Ehrenamtliche

Zielgruppen und Bevölkerung
Gäste und Einheimische

Enkel und Nachbarn
Nachbardestinationen, künftige Generationen und Natur

Menschenwürde

Solidarität und Gerechtigkeit

Ökologische Nachhaltigkeit

Transparenz und Mitentscheidung

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzgebaren: Wertschätzung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraumes zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichem Umfeld – auch im Sinn zukünftiger Generationen

01

Säule Menschenwürde

Felder A1 – E1

A1: Förderung von Grundrechten und Menschen-würde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft

- Wie sind die Arbeitsbedingungen bei Leistungsträger*innen?
- Ist die Wertschöpfungskette über mehrere Ebenen transparent? Wie sind die Arbeitsbedingungen dort?
- Werden Mitarbeitende in Unternehmen fair bezahlt?
- Sind die Preise so gestaltet, dass menschenwürdiges Arbeiten möglich ist?
- Wird der Wert der Arbeit gegenüber Kund*innen ausreichend kommuniziert?
- Wiegt die Menschenwürde höher oder gilt “der Kunde ist König”?

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteu*innen, die Vision und Werte der Region teilen, inneren in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteu*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzverhalten: Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

B1: Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Führen in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnut, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wirtschaft für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimische	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der GMD und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Unterstützt die Organisationsform und Finanzierungsform menschenwürdiges Arbeiten oder steht sie diesem Ziel entgegen?
- Ermöglicht die Finanzierung langfristige Arbeitsverträge oder werden Mitarbeitende häufig befristet angestellt (z.B. über Fördermittel)?
- Werden Entscheider*innen Kennzahlen zur Menschenwürde kommuniziert? (z.B. Fluktuation, Gesundheitskennzahlen)
- Unterstützt die Hausbank soziale Ziele? Gibt es dazu einen Dialog?

C1: Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfungen für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgemeinschaften und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgemeinschaften und Finanzierungstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Ist die Unternehmenskultur respektvoll und wertschätzend?
- Werden Mitarbeitende entsprechend ihrer Stärken eingesetzt?
- Fördert das Unternehmen Diversität (z.B. Geschlechterverhältnis, Neurodiversität, Nationalität, körperliche Unterschiede)?
- Gibt es Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz?
- Gibt es eine positive, menschenzentrierte Führungskultur?

D1: Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfungen für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Werden Gäste und Einheimische in die Angebotsgestaltung proaktiv mit einbezogen?
- Funktioniert das Angebot nur für Tourist*innen oder auch für Einheimische? Wie können beide Zielgruppen angesprochen werden?
- Wird das Angebot ehrlich und transparent kommuniziert?
- Werden Aspekte der Barrierefreiheit berücksichtigt? (z.B. für Kinderwagen, Rollstühle, Gehörlose, digitale Barrierefreiheit)
- Gibt es Angebote für wirtschaftlich schwächere Zielgruppen? Sind diese i.S. der Tourismusakzeptanz und ökologischen Nachhaltigkeit vor Ort gestaltet?

E1: Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wirtschaft für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bewohnern in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Können neue Geschäftsmodelle einen Nutzen über direkte Stakeholdergruppen hinaus stiften?
- Werden touristische Erlebnisse und Angebote so gestaltet, dass sie einen intakten Lebensraum für Nachbarn, Enkel und die globale Gemeinschaft fördern?

02

Säule Solidarität und Gerechtigkeit

Felder A2 – E2

A2: Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger *innen und regionaler Wirtschaft

- Gibt es Kenntnis darüber, welche Geschäftsbeziehungen bestehen (intern vs. direkte vs. indirekte)?
- Besteht Transparenz zu den Werten und Zielen der Destination gegenüber den Leistungsträger*innen und der regionalen Wirtschaft?
- Wird regionale Wertschöpfung in der Wertschöpfungskette aktiv gefördert?
- Gibt es Maßnahmen die dazu beitragen, dass Leistungsträger einen fairen Anteil an der Wertschöpfung erhalten?

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Fairness in den Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgemeinden und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgemeinden und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschewürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

B2: Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzgebaren: Wertschätzung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Rahmen in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit im Finanzgebaren: Wertschätzung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsverhalten und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Arbeitet die DMO aktiv daran, die Wertschätzung des Tourismus bei Finanz- und Fördermittelgeber*innen zu steigern?
- Gibt es eine Zusammenarbeit mit anderen Akteur*innen zum Austausch des Wissens über Akquise von Finanzmitteln?
- Tritt die Organisation beratend gegenüber den Fördermittelgeber*innen zu Förderinhalten & Förderkonditionen auf, um aktiv auf Rahmenbedingungen einzuwirken?
- Gibt es Maßnahmen zur gerechten Mittelverteilung zwischen den DMOs und innerhalb der DMO?

C2: Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life- Balance

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wirtschaftsfaktoren	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Ist der Verdienst fair ausgestaltet?
- Sind Budgets sowie ihre Verwendung für Löhne und Gehälter transparent?
- Wird die Arbeitszeit so ausgestaltet, dass sie Schutz vor Überlastung bietet?
- Wird Arbeitslast gerecht verteilt?
- Wird New Work aktiv gefördert?
- Werden Mitarbeitende dabei unterstützt, im Sinne der Lebensraum-Perspektive zu handeln? (Z.B. Mitgliedschaft in Vereinen, Wohnen vor Ort)

D2: Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Faires in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfungen für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschewürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Werden Interessen von Gästen und Einheimischen bewusst moderiert und abgewogen?
- Gibt es transparente Kommunikation der Herausforderungen in Richtung Gäste und Einheimische?
- Bringt sich die DMO aktiv in die Regional- und Stadtentwicklung ein? Oder kann die DMO neue Aufgaben im Lebensraummanagement übernehmen?
- Gibt es digitale Lösungen zum Besucher*innenmanagement?

E2: Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Visionen und Werte der Region teilen. Faires in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wirtschaft für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschensichere Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und die direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Ist die Wertschöpfungskette über mehrere Ebenen transparent?
- Wird auf die Beteiligten der Wertschöpfungskette aktiv eingewirkt, um positive Veränderung zu bewirken?
- Ist Generationengerechtigkeit Bestandteil von Projekten?
- Gibt es Maßnahmen, um die globalen Wirkmechanismen und Implikationen eigener Entscheidungen zu verstehen?
- Existieren nachhaltige Klimaanpassungsstrategien in der Destination?
- Gibt es klimapositive Projekte, die die aktuelle Entwicklung umkehren?

03

Ökologische Nachhaltigkeit

Felder A3 – E3

A3: Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft

- Gibt es Informationsangebote für Leistungsträger*innen und regionale Wirtschaft über Aspekte ökologischer Nachhaltigkeit?
- Gibt es Unterstützung / Maßnahmen für regionale Lieferketten und Netzwerke? (z.B. Digitale Plattform für Produzenten und Wirte- regionaler Einkauf/ kurze Lieferwege)
- Gibt es Unterstützung bei der ökologisch orientierten Angebotsgestaltung?
- Gibt es Vernetzung zu weiteren Akteur*innen, die ökologische Nachhaltigkeit vorantreiben, z.B. Naturschutzorganisationen?

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgemeinden und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgemeinden und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der GMD und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

B3: Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verantwortung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziell verantwortungsvoller Wirtschaft für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsgremien und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinne zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinne zukünftiger Generationen

- Gibt es ökologische Parameter für Entscheidungen? (z.B. erwartete Auswirkungen des Handelns auf Natur)
- Sind ökologische Kennzahlen Teil des Reportings?
- Werden Finanzpartner*innen nach ökologischen Gesichtspunkten gewählt?
- Gibt es Maßnahmen, um das ökologische Bewusstsein und die Verantwortung dafür in Entscheidungsgremien zu fördern?

C3: Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenspezifischer Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der GMD und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Wird nachhaltige Mobilität unterstützt? (Anreise per ÖPNV, Jobrad, Fahrgemeinschaften)
- Gibt es Bildungsmöglichkeiten zu ökologischen Aspekten?
- Werden Mitarbeitende zu ökologischem Verhalten befähigt, inklusive entsprechender Prozesse? (z.B. Ressourceneinsparung bei Wasser, Energie, Abfall, kein Food Waste etc.)
- Werden Mitarbeitende befähigt, bei ihrer Arbeit ökologische Aspekte mit zu bedenken (z.B. Auswirkung von Kommunikation, Produkten, ...)?

D3: Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen: Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zwischen der GMD und dem Lebensraum zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der GMD und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Wird der touristische Raum so gestaltet, dass ökologische Aspekte berücksichtigt werden? (z.B. Naturschutz)
- Werden Anreize für Gäste, als auch Bevölkerung geschaffen, sich ökologisch zu verhalten?
- Gibt es Angebote, die ökologisches Verhalten erleichtern (z.B. integrierter ÖPNV in Gästekarte)?
- Werden Produkte mit kurzen Lieferwegen in das Angebot einbezogen?
- Ist Naturschutz sichtbar und erlebbar (ggf. mit Einheimischen, Naturpark-Rangern, etc.)?

E3: Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraumes zukünftiger Generationen

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsgrößen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsgrößen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen: Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Öffentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschneiden	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Wie trägt die DMO zum Generationenvertrag bei?
- Wird die längere Aufenthaltsdauer gefördert, z.B. durch passende Angebote?
- Gibt es Kooperationen über den Tourismus hinaus, z.B. um intakte Naturräume oder zukunftsfähige Landwirtschaft zu fördern?

04

Transparenz und Mitentscheidung

Felder A4 – E4

A4: Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander

- Gibt es eine institutionalisierte Mitentscheidung verschiedener Stakeholdergruppen?
- Werden strategische Investitionsentscheidungen transparent gemacht (z.B. Touristisches Entwicklungskonzept i.S. eines Lebensraums)
- Gibt es eine starke Identität, Marke und Vision, auf der die Zusammenarbeit fußen kann?
- Gibt es Fördermöglichkeiten und Anreizsysteme für Leistungsträger*innen und regionale Wirtschaft?

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in der Geschäftsbeziehung mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsverfahren und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der GMD und dem gesellschaftlichem Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

B4: Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wertschöpfungen für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschewürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen



- Gibt es ein Regelwerk für die Zusammenarbeit mit Gremien?
- Gibt es gemeinsam erarbeitete Forderungskataloge gegenüber Nachbardisziplinen (z. B. ÖPNV, Landwirtschaft)?
- Wie wird das Tourismusbewusstsein bei Entscheider*innen und Politik gestärkt?
- Haben Entscheidungsgremien genügend Informationen und Wissen, um fundierte Entscheidungen treffen zu können? Binden Sie die Fachleute aus den Organisationen in Entscheidungen mit ein?

C4: Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteur*innen, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträger*innen und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteur*innen untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen Wirtschaft für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsgebern
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenwürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Sind die Mitarbeitenden eine zentrale Zielgruppe der Geschäftsführung?
- Wie wird Transparenz gegenüber den Mitarbeitenden im Unternehmen gewährleistet?
- Wie wird Mitbestimmung ermöglicht?
- Wie werden Entscheidungen kommuniziert, bei denen keine Mitbestimmung möglich ist / war?
- Welche Rituale und Formate gibt es, um eine Feedback- und Lernkultur zu fördern?
- Wird die Unternehmenskultur aktiv gestaltet und wenn ja wie?

D4: Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Visionen und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen: Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschewürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handeln zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichen Umfeld - auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Bevölkerungsbefragungen, um die regionale Identität abzubilden und einzubeziehen? Werden Selbstbild und Fremdbild erhoben?
- Wie wird die gemeinsame Sichtweise auf Lebensraum gefördert?
- Arbeiten verschiedene Institutionen (Tourismus, Stadtplanung, Verkehr, etc.) gut zusammen, um gemeinsam den Lebensraum zu entwickeln? Was wird getan, um die Zusammenarbeit zu fördern?
- Wie wird die Aufenthaltsqualität gemessen und wie die Lebensqualität? Welche Kennzahlen gibt es für den Erfolg einer Regio (außer Übernachtungszahlen, Arbeitslosenquote und BIP?)

E4: Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichem Umfeld – auch im Sinn zukünftiger Generationen

A1 Förderung von Grundrechten und Menschenwürde bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A2 Solidarität mit allen Akteuren, die Vision und Werte der Region teilen. Harmonie in den Geschäftsbeziehungen mit Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft	A3 Förderung von ökologischem Verhalten und Verankerung bei touristischen Leistungsprozessen und regionaler Wirtschaft	A4 Transparenz und aktive Zusammenarbeit mit touristischen Leistungsträgern und regionaler Wirtschaft, Vernetzung der Akteure untereinander
B1 Ethisches Finanzverhalten - Geld als Mittel, nicht als Ziel	B2 Gemeinnutz, Solidarität und Gerechtigkeit in finanziellen: Wertschöpfung für Tourismus als Wirtschaftsfaktor	B3 Ökologisches Bewusstsein und Verantwortung in Entscheidungsprozessen und im Finanzverhalten	B4 Aktive und strategische Zusammenarbeit mit Entscheidungsgremien und Finanzierungsstrukturen
C1 Ethisches Verhalten gegenüber Mitarbeitenden und menschenswürdige Unternehmenskultur	C2 Individualität, Flexibilität und Gerechtigkeit in der Ausgestaltung von Verdienst, Arbeitszeit und Work-Life-Balance	C3 Ermöglichung und Förderung des ökologischen Verhaltens von Mitarbeitenden	C4 Transparenz und Mitbestimmung als integraler Bestandteil der Unternehmenskultur
D1 Ethisches Verhalten gegenüber Gästen und Einheimischen	D2 Offentlicher Raum als gemeinsamer Lebensraum für Gäste und Einheimische	D3 Ökologische Gestaltung des touristischen Lebensraums	D4 Integration von Gästen und Bevölkerung in die Gestaltung des Lebensraums
E1 Förderung der Menschenwürde über die Grenzen des Lebensraums und der direkten Stakeholder hinaus	E2 Solidarität mit Menschen aus Nachbarregionen, Generationengerechtigkeit und Handeln, ohne zukünftige Generationen in ihren Möglichkeiten zu beschränken	E3 Ökologisches Bewusstsein und Handlungen zur Sicherung des Lebensraums zukünftiger Generationen	E4 Transparenz und Mitbestimmung zwischen der DMO und dem gesellschaftlichem Umfeld – auch im Sinn zukünftiger Generationen

- Gibt es regelmäßige Erfassungen (zukünftiger) Chancen und Risiken?
- Wie wird dies gegenüber den Stakeholdergruppen transparent gemacht / kommuniziert?
- Werden Investitionsentscheidungen mit Nachbarregionen abgestimmt bzw gemeinsam vorangetrieben (z.B. neue Hotels, Freizeiteinrichtungen)
- Wie werden die Belange zukünftiger Generationen einbezogen und Mitgestaltung in ihrem Sinne ermöglicht (z.B. Jugendparlament) wie die Belange von Natur und Umwelt? (z.B. über Umweltschutzorganisationen)

Vielen Dank.

Bayern Tourismus Marketing GmbH

Arabellastraße 17

81925 München

089 21 23 97 - 0

tourismus@bayern.info



erlebe.bayern | tourismus.bayern