

Binnenmarktprogramm (SMP)

SMP-2023-TOURSME

Übergang zu einem nachhaltigeren und widerstandsfähigeren
Ökosystem – Stärkung von KMU im Tourismus



Deliverable 2.1

Kompendium von Best Practices und gewonnenen Erkenntnissen

www.inspires-tourism.eu



Co-funded by
the European Union

Dieses Projekt wurde durch das Binnenmarktprogramm der Europäischen Union
im Rahmen der Fördervereinbarung Nr. 101181590101181590 gefördert



Projektname:

Initiativen für nachhaltige innovative Praktiken, Resilienz und Stärkung von Tourismus-KMU

Akronym: INSPIRES

Antragsnummer: 101181590

Projektlaufzeit:

Gesamtlaufzeit: 36 Monate

Projektstart: 1. November 2024

Projektende: 31. Oktober 2027

Federführender Partner/Koordinator:

ERLEBNIS BREMERHAVEN GMBH (EBG) (Germany)

Partner:

TOURISMUSPROVINZ ANTWERPEN (BE)

HANDELS- UND INDUSTRIEKAMMER VRATSA SDRUZHENIE (BG)

AMTLICHE KAMMER FÜR KAUFMANN, INDUSTRIE, DIENSTLEISTUNGEN UND NAVIGATION VON SEVILLA (ES) PODKARPACKIE WOJEWODZTWO (PL)

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU OY (FI) EUROPÄISCHES KULTURTOURISMUSNETZWERK (BE)

Kontakt:

Franziska Stenzel, Helmut Berends, Claudia Harms E-Mail: INSPIRES@erlebnis-bremerhaven.de

Webseite: inspires-tourism.eu

HINWEIS: Diese deutsche Fassung wurde automatisiert aus dem englischen Originaldokument erstellt. Im Falle von Abweichungen ist ausschließlich die englische Originalversion maßgeblich und verbindlich.

Dokument Kontrollblatt

Arbeitspaket	WP2 Best Practice & Sensibilisierung
Leistungsfähigkeit	D2.1 Kompendium zu Best Practices und gewonnenen Erkenntnissen
Dissemination Ebene	Öffentlich
Deliverable Typ	Bericht
Verantwortlicher Author	Offizielle Handelskammer von Sevilla (CCSEV)
Fälligkeitsdatum	M13
Datum der Veröffentlichung	14. Januar 2026

Dokumentenüberprüfungsgeschichte

Version	Datum	Herausgeber/Rezensent	Anmerkung
V1.0	02/12/2025	Anne Furphy (CCSEV)	Version zur internen Überprüfung
V2.0	19/12/2025	Anne Furphy (CCSEV)	Überarbeitete Version basierend auf den Kommentaren des Partners
V3.0	29/12/2025	Helmut Berends (EBG (LP))	Endgültige Überprüfung und Anpassung des Layouts
V4.0	14/01/2026	Anne Furphy (CCSEV)	Überarbeitete Version basierend auf EIASMEA-Kommentaren

Liste der Abkürzungen

Europäische Kommission	EC
Europäischer Innovationsrat und KMU-Exekutivagentur	EISMEA
Zuschussvereinbarung	GA
Partnerschaftsvereinbarung	PA
Beschreibung der Aktion	DoA
Projektkoordinator	COO
Lenkungsgruppe	SG
Lead Partner Team	LPT
Arbeitspaket	WP

Haftungsausschluss

Finanziert von der Europäischen Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autor(en) und spiegeln nicht notwendigerweise die der Europäischen Union oder EISMEA wider. Weder die Europäische Union noch die Förderbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden. Die INSPIRES-Projektpartner übernehmen keine Verantwortung für jegliche Nutzung der hier enthaltenen Informationen.

Projektpartner



Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG.....	1
2 METHODIK	3
3 ÜBERSICHT ÜBER GESAMMELTE BEST PRACTICES.....	7
4 ZENTRALE ERKENNTNISSE UND ERKENNTNISSE	16
ANHANG 1.....	17

Abbildungstabelle

Abbildung 1: Anlagebereich	7
Abbildung 2: Spezifische Unterstützungsbedürfnisse.....	7
Abbildung 3: Status der Initiative	9
Abbildung 4: Themen im Zusammenhang mit Best Practices	9
Abbildung 5: Hauptstärken der Praktiken.....	12
Abbildung 6: Übertragbarkeit der Praktiken.....	13

1 EINLEITUNG

Der Tourismussektor durchläuft bedeutende Transformationen, angetrieben von Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Resilienz. Kleine und mittlere Unternehmen (im Folgenden KMU) und Destination Management Organisations (im Folgenden DMOs) spielen eine entscheidende Rolle in diesem Übergang und fungieren als Katalysatoren für Innovation und lokale Entwicklung. Im Rahmen von INSPIRES ist die Identifikation von Best Practices in diesen Bereichen eine zukünftige Inspirationsquelle für Mikro-, Klein- und Mittelunternehmen, um Innovationen zu fördern, die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und langfristige Lebensfähigkeitslösungen sicherzustellen.

Im Rahmen des Arbeitspakets (im Folgenden WP) 2 ist das Ziel, eine Grundlage und einen Pool konkreter, relevanter, replizierbarer und nachvollziehbarer Best Practices für die nächsten Aktivitäten (WP3, 4 und 5) im Projekt zu schaffen.

Die analysierten Best Practices von KMU und DMOs können die verschiedenen in WP3 entwickelten Trainingsmodule für Ausbilder bereichern und als anschauliche Beispiele dienen. Mehrere der gesammelten Best Practices tragen zu intelligenten Tourismusansätzen bei, insbesondere durch den Einsatz digitaler neuer Technologien und Lösungen, die das Zielmanagement und die Besuchererfahrungen verbessern. Diese Best Practices sind besonders relevant für die Ausbildung von Ausbildern.

Insgesamt wurden 47 Best Practices durch den Fragebogen erhoben, von denen 44 als gültig angesehen und in die Analyse einbezogen wurden. Der Sammelprozess umfasste keine Einzelinterviews, sondern basierte auf einem strukturierten Online-Fragebogen, der es den Befragten ermöglichte, detaillierte qualitative und quantitative Informationen zu ihren Initiativen bereitzustellen.

Die gesammelten Praktiken decken ein ausgewogenes Spektrum thematischer Bereiche ab, die für den Tourismussektor relevant sind, darunter Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft, Risikomanagement und Resilienz, nachhaltiger und regenerativer Tourismus, Vielfalt und Inklusion, aufkommende Technologien und Digitalisierung sowie Zugänglichkeit. Mehrere Praktiken behandeln mehr als einen thematischen Bereich und weisen auf übergreifende Innovationen im Tourismus hin.

Die im Kompendium enthaltenen Fälle können auch Inspiration für die Entwicklung von Workshops und maßgeschneiderten Coaching-Programmen zu Nachhaltigkeit, Risikomanagement sowie Vielfalt und Inklusion bieten, die in WP4 geplant sind.

Die im Kompendium enthaltenen Beispiele können auch für KMU nützlich sein, die sich für den in WP5 gestarteten Ausschreibungsauftrag bewerben, indem sie erfolgreiche Erfahrungen, was effektiv und was weniger erfolgreich war und welche Herausforderungen KMU hatten, zeigen.

Die Identifizierung von Best Practices hilft uns, den tatsächlichen Kontext von Unternehmen im Tourismussektor besser zu verstehen, wie sie den grünen und digitalen Übergang angehen und welche Schlüsselaspekte, Herausforderungen und Chancen sie für ihre Geschäftsmodelle identifizieren, wobei besondere Aufmerksamkeit auf die Anpassung an den Übergangspfad für den Tourismus der Europäischen Kommission, insbesondere bei folgenden Themen, liegt:

- Thema 8: Grüner Übergang von Tourismusunternehmen und KMU
- Thema 16: Unterstützung der Digitalisierung von Tourismus-KMU und Reisezielen
- Thema 19: Sensibilisierung für den Qualifikationsbedarf für den Twin-Transition im Tourismus
- Thema 20: Sensibilisierung für Veränderungen der Nachfrage im Tourismus und die Chancen eines doppelten Übergangs für den Tourismus
- Thema 25: Verbesserung barrierefreier Tourismusdienstleistungen
- Thema 26: Tourismusangebote für Besucher und Bewohner gleichermaßen

Diese Themen spiegeln sich in den in diesem Dokument identifizierten und analysierten Best Practices wider.

Neben den in diesem Dokument identifizierten und analysierten Best Practices genannten Themen umfasst der allgemeine Rahmen drei Hauptsäulen:

- Grüner Übergang: Einführung umweltverträglicher Praktiken
- Digitaler Übergang: Integration digitaler Werkzeuge und Technologien
- Resilienz: Resilienz und Anpassung an äußere Herausforderungen

Die Sammlung und Analyse von Informationen erfolgt durch eine kontinuierliche Interaktion zwischen den Partnern, um die Homogenität und Vergleichbarkeit der gesammelten Informationen zu gewährleisten und andererseits das Wissen über spezifische Best Practices für den grünen und digitalen Übergang sowie die Resilienz im Tourismus zu erhöhen.

Dieses Dokument zielt darauf ab, die wichtigsten Ergebnisse des gesammelten Best Practices zusammenzustellen und zu zeigen, wie Unternehmen und Destination Management Organisations die Hauptsäulen des Zwillingsübergangs mit Gemeinschaftsbildung, Kompetenzentwicklung und Zugänglichkeit verbinden, um sowohl nachhaltige als auch wettbewerbsfähige Tourismusmodelle zu erreichen.

2 METHODIK

Für die Best-Practice-Sammlung wurde eine Vorlage im Format eines Google-Fragebogens entworfen, um sicherzustellen, dass jede Best Practice nach einem Standardschema analysiert wird, das in folgende Felder unterteilt ist:

Der Hauptaktivitätscode (NACE – Statistische Nomenklatur wirtschaftlicher Aktivitäten in der Europäischen Gemeinschaft), der das Unternehmen/die Initiative kennzeichnet. Dies hilft uns, die Best Practices im Kontext des Unternehmenstyps besser zu verstehen und zu analysieren. Obwohl NACE-Codes, die speziell für den Tourismussektor gelten, in INSPIRES nicht verpflichtend sind, hilft es uns, die Art und den Umfang der Initiative besser zu verstehen.

Allgemeine Informationen zur Initiative: Name, E-Mail, Startdatum, läuft die Initiative noch?

Gesamtinvestition, die für die Initiative erforderlich ist: Diese Informationen helfen uns, das Ausmaß der Initiative zu verstehen, anstatt genaue finanzielle Zahlen zu erfassen, und die Ressourcen zu bewerten, die für eine mögliche Übertragung oder Replikation durch andere Unternehmen und/oder Organisationen benötigt werden.

Die Befragten wurden nicht gebeten, den genauen investierten Betrag anzugeben, sondern vielmehr den Investitionsbereich, innerhalb dessen ihre Initiative entwickelt wurde.

Die verfügbaren Optionen umfassten vordefinierte Spannen (z. B. unter 10.000€; 10.000€–50.000€; 50.000€–100.000€; 100.000€–200.000€, über 250.000€), was es KMU und DMOs ermöglichte, auf einfache und vergleichbare Weise zu reagieren und dabei die Vertraulichkeit zu wahren. Dieser Ansatz unterstützt zudem eine realistische Einschätzung von Übertragungsmöglichkeiten oder Replikationen basierend auf den benötigten Ressourcen.

Beschreibende Informationen, einschließlich Hauptziele, Schlüsselaktivitäten und Auswirkungen auf Nachhaltigkeit, Resilienz und Digitalisierung des Tourismus.

2.1 Von der Initiative behandelte Themen

Diese Klassifikation hilft uns, die Best Practices auf die relevantesten thematischen Bereiche zuzuordnen, die wir anstreben. INSPIRES entwickelt derzeit ein "Training for Trainers"-Programm in WP3 mit speziellen Modulen, die auf diese Themen zugeschnitten sind, sodass die gesammelten Beiträge direkt dazu beitragen, den Inhalt mit realen Beispielen zu gestalten und zu illustrieren.

- Risikomanagement und Resilienz
- Nachhaltigkeit/Kreislaufwirtschaft

- Nachhaltige und regenerative Tourismusangebote
- Vielfalt und Inklusion im Tourismus
- Aufkommende Technologien
- Erreichbarkeit
- Sonstiges

Obwohl Smart Tourism¹ im vorgeschlagenen Fragebogen nicht als eigenständiges Thema aufgenommen wurde, adressieren mehrere Best Practices Smart Tourism durch den Einsatz neuer Technologien und digitaler Lösungen. Diese Dimension wird in der endgültigen Version des Kompendiums weiter gestärkt und wird auch eine relevante Rolle im Training for Trainers-Programm und verwandten Aktivitäten (Teil von WP3) spielen.

2.2 Welche spezifischen Unterstützungsbedürfnisse wurden behandelt?

Diese Informationen zeigen uns, welche Hauptbedürfnisse jenseits der Betreiber der Praxen sind.

- Energie- oder Ressourceneffizienz
- Digitale Tool-Einführung (z. B. Buchung, CRM)
- Förderung auf ausländische Märkte
- Wertschöpfung durch lokale Kultur- und Naturgüter
- Vernetzung mit komplementären Dienstleistern
- Weiterbildung des Personals
- Infrastruktur- oder Dienstleistungsinnovation

2.3 Welche Auswirkungen hatte die Best Practice?

In diesem Abschnitt werden die Teilnehmer gebeten, wichtige Ergebnisse, Vorteile und Veränderungen darzulegen, die der Tourismus mit sich gebracht hat, wie Verbesserungen in Nachhaltigkeit, Resilienz, Digitalisierung oder Gemeinschaftsengagement.

¹ "Smart Tourism reagiert auf neue Herausforderungen und Anforderungen in einem sich schnell verändernden Sektor, einschließlich der Weiterentwicklung digitaler Werkzeuge, Produkte und Dienstleistungen; gleiche Chancen und Zugang für alle Besucher; nachhaltige Entwicklung des lokalen Gebiets; sowie Unterstützung der kreativen Industrie, lokaler Talente und des Kulturerbes." (smart-tourism-capital.ec.europa.eu)

2.4 Zentrale Stärken der Initiative

Warum ist das ein gutes Beispiel zum Teilen? Was ist besonders innovativ, inspirierend oder übertragbar?

Das hilft uns, hervorzuheben, was Best Practices besonders wertvoll macht, und die Aspekte zu identifizieren, die am inspirierendsten oder übertragbarsten auf andere im Tourismussektor sein könnten:

- Innovation
- Nachhaltigkeit
- Engagement in der Gemeinschaft
- Wirtschaftliche Vorteile
- Skalierbarkeit
- Erreichbarkeit
- Sonstiges

2.5 Ist die Initiative auf andere Regionen oder auf KMU-Typen übertragbar?

Diese Frage gibt Einblick in die Replizierbarkeit und Skalierbarkeit der Initiative. Es hilft zu bestimmen, ob die Praxis erfolgreich in anderen Regionen, Kontexten oder Geschäftstypen über das ursprüngliche Modell hinaus angepasst und umgesetzt werden kann. Das Verständnis der potenziellen Übertragbarkeit erleichtert es zu erkennen, welche Best Practices potenzielle Auswirkungen haben und welche als Modelle oder Referenzen für andere im Sektor dienen können. Auf interner Ebene ermöglicht es uns zu bestimmen, welche Best Practices eher als Beispiele in der Schulung für Trainer dienen.

2.6 Auftretende Herausforderungen (optionale Antworten):

Diese Frage ermöglicht es uns, Herausforderungen und Erkenntnisse zu identifizieren, die während der Umsetzung der Praxis gewonnen wurden.

2.7 Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten:

Dieser Abschnitt bietet Informationen darüber, wie die Praxis erweitert, verbessert oder angepasst werden könnte, um ihre Wirkung und Wirksamkeit zu erhöhen. Die Teilnehmer werden ermutigt, Ideen, potenzielle Allianzen oder Wachstumsbereiche auszutauschen.

Insgesamt bietet der Fragebogen einen klaren und umfassenden Überblick über die umgesetzten Best Practices und erleichtert die Identifizierung von Stärken, Verbesserungsmöglichkeiten, gewonnenen Erkenntnissen und Herausforderungen.

3 ÜBERSICHT ÜBER GESAMMELTE BEST PRACTICES

In diesem Abschnitt behandeln wir Best Practices aus verschiedenen Perspektiven: statistische Analyse der Best Practices mit Diagrammen, die Trends und Muster zeigen, sowie konkrete Beispiele, wenn relevant.

3.1 Statistiken

Während dieser ersten Sammelphase wurden 47 Best Practices eingereicht, und schließlich wurden 44 Best Practices als Teil der Analyse berücksichtigt.

Die Mehrheit der Best Practices stammt aus INSPIRES-Ländern: Finnland, Belgien, Deutschland, Polen, Bulgarien und Spanien. Da die Sammlung von Best Practices-Aktivitäten nicht auf die INSPIRES-Länder und -Regionen beschränkt ist, wurden auch Best Practices aus anderen Ländern wie Irland, Zypern, Rumänien und Griechenland aufgenommen.

Die Mehrheit der Best Practices stammt aus KMU-Initiativen, aber auch aus Destination-Management-Organisationen, DMOs, die durch ihre Vermittlerrolle den grünen und digitalen Übergang von KMU fördern.

3.2 Wirtschaftssektoren

Die gesammelten Best Practices stammen aus einer Vielzahl touristischer Aktivitäten; einschließlich Unterkunft, Essen und Getränke, naturbezogenen Aktivitäten usw. Dies spiegelt das Engagement des Tourismussektors wider, insbesondere kleiner Organisationen und KMU aus ländlichen Gebieten in vielen Fällen oder direkt mit ländlichen Gebieten zusammenarbeiten, nicht nur mit digitalem und grünem Übergang, sondern auch mit Innovation und Resilienz.

3.3 Investitionsbereich

Fast die Hälfte der Initiativen erforderte eine geringe Investition: unter 50.000€, was bestätigt, dass die Einführung innovativer Lösungen in Nachhaltigkeit und Digitalisierung nicht immer ein großes Budget erfordert. Einige Initiativen erforderten jedoch größere Investitionen, was auch ein langfristiges Engagement für den digitalen und grünen Übergang bedeutet. Es ist auch verständlich, dass ein Teil der Befragten die Frage als die gesamte Investition verstanden hat, die für die Gründung und Gründung ihres Unternehmens erforderlich ist.

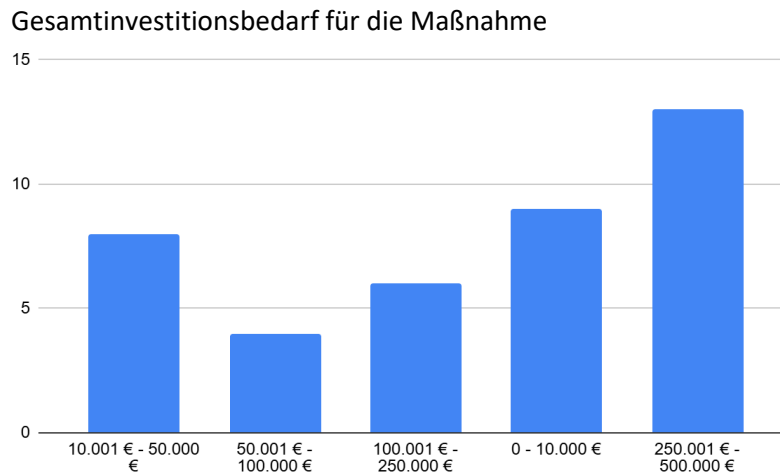


Abbildung 1: Investitionsspanne

3.4 Spezifische Unterstützungsbedürfnisse

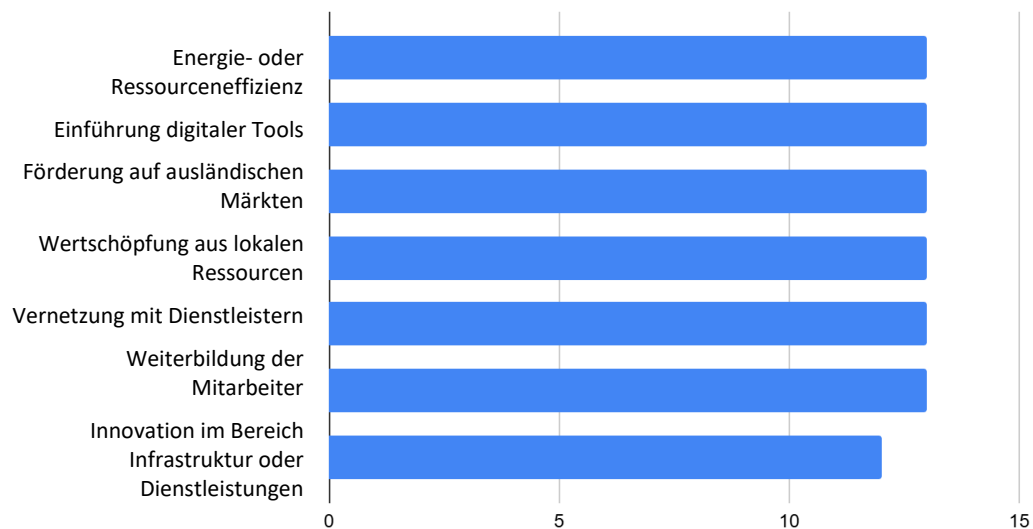


Abbildung 2: Spezifische adressierte Unterstützungsbedürfnisse

Die Anzahl der identifizierten spezifischen Unterstützungsbedürfnisse übersteigt die Gesamtzahl der analysierten Best Practices, da diese Frage als Multiple-Choice-Frage mit mehreren erlaubten Antworten konzipiert wurde. Die Befragten konnten dann mehr als einen Unterstützungsbedarf auswählen, um die verschiedenen Arten von Unterstützung widerzuspiegeln, die für die erfolgreiche Umsetzung ihrer Initiative erforderlich sind.

Die Antworten auf diese Frage waren recht ausgewogen, was darauf hindeutet, dass es in verschiedenen Bereichen eine starke Nachfrage nach Unterstützung durch KMU gibt. Die meisten Befragten identifizierten Bedürfnisse in Bezug auf Energie- und Ressourceneffizienz, die Einführung digitaler Werkzeuge und die Wertschöpfung durch kulturelle/natürliche Vermögenswerte, was zeigt, dass KMU aus dem Tourismussektor eindeutig Doppelübergänge als Grundpfeiler ihres Geschäftsmodells einbeziehen.

Die Antwort auf Förderung auf ausländischen Märkten, verbunden mit Serviceinnovation und Mitarbeiteraufrüstung, ist ebenfalls ein Indikator dafür, dass Unternehmen im Tourismussektor bereit sind, ihr Geschäft auf die Entwicklung in einem dynamischen, globalisierten und sich ständig weiterentwickelnden Umfeld vorzubereiten.

Die Anzahl von Unternehmen, die sich mit ergänzenden Kollegen und Dienstleistern vernetzen, als spezifische Bedürfnisse ansprechen, zeigt die Bedeutung der Stärkung der Verbindungen zu den umliegenden Gemeinschaften und die Notwendigkeit von Kooperationen, und dass der digitale und grüne Wandel weder isoliert noch erreicht werden kann.

Es zeigt auch, wie Tourismusunternehmen versuchen, Synergien mit anderen Sektoren herzustellen, um ihren Kunden ein höheres Produkt- und Dienstleistungsniveau anzubieten.

3.5 Illustrative Modelle von KMU:

Netzwerke und Zusammenarbeit:

[Frohe Wochenenden](#), ein Reiseveranstalter aus Belgien, berichtet über die Bedeutung langfristiger Kooperationen mit zuverlässigen Partnern als Vorteil für ihr Unternehmen und "verbesserte Resilienz dank des Fokus auf Spezialisierung, enge Beziehungen und bewusste Investitionen".

Nachhaltige und regenerative Tourismusangebote:

[Die fröhlichen Winzer](#), eine bulgarische Initiative, die kuratierte Weintourismus-Erlebnisse in Lyutibrod anbietet und Boutique-Weinverkostungen mit lokalen Speisen, Natur und kulturellem Erzählen verbindet. Vor dem Hintergrund der Iskar-Schlucht fördert es den Tourismus mit geringer Belastung und unterstützt die ländliche Revitalisierung. Zu den wichtigsten Aktivitäten gehören geführte Verkostungen an Natur- und Kulturerbestätten, Online-Buchungen und personalisierte Gästeinteraktionen. Die Initiative fördert die Nachhaltigkeit durch lokale Beschaffung und umweltbewusste Weinbergspraktiken, stärkt die Resilienz durch die Diversifizierung der Einnahmen über den Weinverkauf hinaus und nutzt digitale Werkzeuge für Planung und Öffentlichkeitsarbeit. Es trägt zur Sichtbarkeit Nordwestbulgariens als hochwertiges, erlebnisorientiertes Ziel bei.

3.6 Laufender Stand der Initiativen

Ein großer Teil der Initiativen ist noch im Gange, was die dynamische Natur des Sektors und die kontinuierlichen Bemühungen kleiner und mittlerer Unternehmen sowie DMOs bestätigt, nachhaltigere und widerstandsfähigere Geschäftsmodelle voranzutreiben.

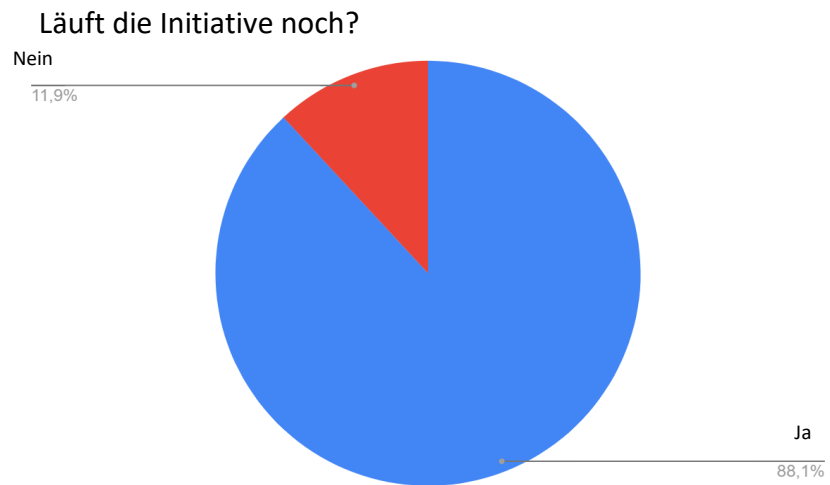


Abbildung 3: Status der Initiative

3.7 Themen im Zusammenhang mit Best Practices



Abbildung 4: Themen im Zusammenhang mit Best Practices

THEMEN	Keine KMU
Risikomanagement und Resilienz	18
Nachhaltigkeit/Praktiken der Kreislaufwirtschaft	17
Nachhaltige und regenerative Tourismusangebote	16
Diversität und Inklusion im Tourismus	16
Aufkommende Technologien	16
Erreichbarkeit	16
Sonstiges	15

Die Ergebnisse dieser Frage (mit mehreren Antworten erlaubt) zeigen recht ausgewogene Ergebnisse in den verschiedenen vorgeschlagenen Themenbereichen und zeigen die vielfältigen Dimensionen der Innovation im Tourismussektor. Der am häufigsten erwähnte Themenbereich ist Risikomanagement und Resilienz, dicht gefolgt von der nachhaltigen/zirkulären Wirtschaft.

Es ist erwähnenswert, dass auch Diversität, Inklusion und Zugänglichkeit von den Befragten behandelt werden, was die zunehmende Integration dieser Dimensionen in die Tourismusstrategien von KMU hervorhebt.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass der Tourismussektor seine Strategien mit einem ganzheitlichen Ansatz angeht, der Umwelt-, Sozial- und Technologiepraktiken kombiniert, um Resilienz und Nachhaltigkeit im Sektor zu stärken.

Illustrative Modelle von KMU zu Nachhaltigkeit und Zirkularität:

[Naturanda](#), ein KMU mit geführten Touren aus Spanien, erklärt: "NATURANDA hat die Herausforderungen der Pandemie in eine Chance verwandelt, Nachhaltigkeit als Kern unseres Tourismusmodells zu integrieren. Wir haben unsere Flotte mit Elektro- und Hybridfahrzeugen erneuert, um CO₂-Emissionen zu senken, die Abläufe digitalisiert, um Papierabfälle zu eliminieren, und unsere Büros mit energieeffizienten Systemen und umweltbewussten Praktiken verbessert. Jede Tour integriert heute Umweltbildung und stärkt das Bewusstsein für den Wert und die Zerbrechlichkeit der Natur. Durch tägliche Aktivitäten in Naturgebieten und Partnerschaften mit lokalen Gemeinschaften stellen wir sicher, dass der Tourismus positive ökologische, soziale und wirtschaftliche Auswirkungen hat. Für uns ist Nachhaltigkeit kein Trend, sondern eine dauerhafte Verantwortung."

[Das Yyteri Resort & Camping](#) befindet sich in einem der wertvollsten Dünenlebensräume Finnlands, der im Rahmen des Natura-2000-Netzwerks geschützt ist. Alle Entwicklungen in Yyteri folgen strengen Nachhaltigkeitsprinzipien. Das Resort bietet 75 Cottages, 130 Wohnwagenplätze mit Strom und 200 Zeltplätze sowie Saunen, ein Restaurant und Familienaktivitäten. Mit dem Ziel, die Umweltbelastung zu minimieren, trägt es nach Abschluss eines 7-Schritte-Programms das Label Sustainable Travel Finland (STF). Die wichtigsten Maßnahmen konzentrieren sich auf die Verbesserung der Energieeffizienz, das Recycling und die Unterstützung von Gästen und Mitarbeitern bei der Reduzierung des Wasser-, Stromverbrauchs und Abfalls.

Illustratives Modell nachhaltiger und regenerativer Tourismusangebote:

Einige Beispiele, die Beispiele von Befragten zeigen, die regenerativen nachhaltigen und regenerativen Tourismus einbezogen haben:

[Der Digitale Guide "Plattform für nachhaltigen Einkauf"](#) aus Bremerhaven, Deutschland, ist eine digitale Öko-Commerce-Plattform, die nachhaltiges Einkaufen fördert, indem sie Verbraucher mit umweltfreundlichen Unternehmen in Einzelhandel, Gastronomie, Kunsthandwerk und Dienstleistungen verbindet. Die Erlebnis bremerhaven verwaltet das Tool, pflegt das System, sorgt für aktuelle Informationen, und fördert die Interaktion zwischen Nutzern und Anbietern. Profiteure sind Verbraucher, die leichter Zugang zu nachhaltigen Alternativen haben, sowie Unternehmen, die von höherer Sichtbarkeit und gezielten Kunden profitieren.

-> Verbessert das Netzwerken mit regionalen Akteuren, erhöht die Sichtbarkeit von KMU und die Zugänglichkeit eines nachhaltigkeitsorientierten Publikums.

[Miętowe Wzgórze](#) aus Polen ist ein naturnaher Rückzugsort, der treue Gäste anzieht und Workshops und Outdoor-Events veranstaltet, die die Gemeinschaft vereinen. Sie bewirbt die Region als Zentrum für langsamen, umweltfreundlichen Tourismus und unterstützt lokale Lieferanten und Kleinunternehmen. Sie fördert ein starkes Gemeinschaftsengagement durch lokale Lebensmittel, Kunsthandwerk und Workshops, stärkt Identität und regionale Entwicklung.

Illustratives Modell der Angebote von Barrierefreiheit und Inklusivität im Tourismus:

[Bielabe](#): Barrierefreiheit und Beschäftigung für alle ist ein Urlaubsziel, an dem jeder ohne Barrieren willkommen ist. Sie bieten während der Feiertage die notwendige Unterstützung: medizinische Versorgung (Arzt, Physiotherapeut), Hilfsmittel und Beratung werden diskret und professionell organisiert, ohne das Urlaubsgefühl zu beeinträchtigen. Außerdem sind 60 % ihrer Mitarbeiter Menschen, die auf dem Arbeitsmarkt benachteiligt sind. Das Modell wird von der flämischen Regierung unterstützt.

Anhang 1 listet alle Best Practices nach Thema auf und wird bis Ende des ersten Quartals 2026 interessierten KMU und DMOs über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt.

3.8 Zentrale Stärken der Best Practices

Die Ergebnisse dieser Frage zeigen, dass Innovation (27) und Nachhaltigkeit (26) die von den Befragten am meisten geschätzten Aspekte sind.

Gesellschaftliches Engagement (26) und wirtschaftliche Vorteile (24) sind gleichermaßen wichtig, was zeigt, dass Unternehmen bereit sind, positive sozial-gemeinschaftliche Beteiligung mit unternehmerischer Lebensfähigkeit zu verbinden.

Die Anzahl der Stärken von Others (21) ist ebenfalls relevant, um zu bestätigen, dass Transformation im Tourismus verschiedene Formen annehmen kann.



Abbildung 5: Zentrale Stärken der Praktiken

Die folgende Tabelle zeigt die genaue Anzahl von KMU pro Stärketyp, wobei berücksichtigt wird, dass die Befragten die Möglichkeit hatten, mehr als eine Schlüsselstärke auszuwählen, um ihre Initiative hervorzuheben.

SCHLÜSSELSTÄRKE	ERGEBNISSE
Innovation	27
Nachhaltigkeit	26
Gesellschaftliches Engagement	25
Wirtschaftliche Vorteile	24
Skalierbarkeit	23
Erreichbarkeit	22
Sonstiges	21

3.9 Übertragbarkeit der Best Practices

Wie unten in Abbildung 6 dargestellt, sind die Antworten auf die Frage eindeutig, und die überwiegende Mehrheit der Teilnehmer ist der Meinung, dass die verschiedenen Initiativen, die sie im digitalen, grünen und widerstandsfähigen Tourismus umgesetzt haben, anwendbar und erfolgreich auf andere Unternehmen oder in andere Gebiete übertragen werden könnten.

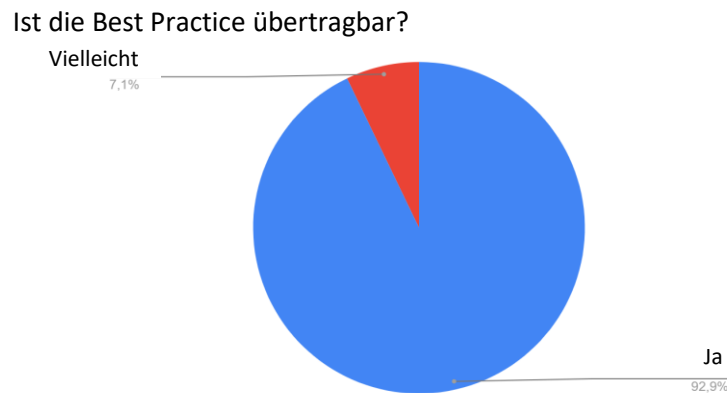


Abbildung 6: Übertragbarkeit der Praktiken

3.10 Herausforderungen

Obwohl die gesammelten Best Practices ein hohes Engagement für Innovation, Nachhaltigkeit und Resilienz zeigen, identifizierten die Befragten auch mehrere Herausforderungen bei der Gestaltung und Umsetzung ihrer Initiativen. Diese Herausforderungen spiegeln gemeinsame und strukturelle Einschränkungen wider, denen Tourismus-KMU gegenüberstehen, insbesondere bei der Einführung neuer Geschäftsmodelle, innovativen Lösungen oder der Arbeit in innovativen und kooperativen Umgebungen, insbesondere bei der Einführung neuer Geschäftsmodelle, wie zum Beispiel:

- Finanzielle und rechtliche Hürden: Umweltregulierung, Schwierigkeiten, ein innovatives Produkt auf den Markt zu bringen, Genehmigungsbeschränkung, Verständnis rechtlicher Anforderungen
- Nutzererfahrung mit einem nachhaltigen Ansatz in Einklang bringen und Authentizität bewahren
- Koordination zwischen mehreren Akteuren und gemeinsame Kreation mit Interessengruppen.

Von den Befragten hervorgehobene anschauliche Herausforderungen:

[Rozino Organic Farm](#) aus Bulgarien erklärt: "Eine der größten Herausforderungen war es, die Komplexität der Zusammenführung von Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion und Tourismus unter einem nachhaltigen Modell zu managen. Die Sicherstellung einer einheitlichen Qualität in allen Bereichen – insbesondere bei Bio-Zertifizierung, Tierschutz und Gästelerfahrung – erforderte erhebliche Zeit, Ressourcen und Personalengagement. Eine weitere Herausforderung war der Bau von Öko-Unterkünften in einem Schutzgebiet, was die Einhaltung strenger Umweltvorschriften erforderte. "

[Berkovitsa Experience](#) aus Bulgarien führt aus "Eine zentrale Herausforderung war es, mehrere lokale Akteure – Produzenten, Kulturexperten und Veranstaltungsorte – zu koordinieren und gleichzeitig ein einheitliches Qualitäts- und Erlebnisdesign zu gewährleisten. Auch die Logistik in ländlichen Gebieten, wie begrenzte Infrastruktur oder unvorhersehbares Wetter, stellte operative Schwierigkeiten dar."

[Aurora Holidays](#) aus Finnland erläutert, dass bei der Umsetzung ihrer Initiative *Regenerativer Fischereitourismus im Teno River* die Hauptaufgabe in den Verhandlungen zwischen Ländern über die Gesetzgebung und Regulierung des Angels auf Rosa Lachs sowie in der Versöhnung von Entscheidungsfindung und lokalen Ansichten liegt.

[Bieszczady Fahrradtrolleys](#), eine in Polen entwickelte Initiative, erklärt: "Aufgrund seiner innovativen Natur war das Produkt schwer auf den Markt zu bringen – es war notwendig, Dokumentationen, Vorschriften zu erstellen und in Zusammenarbeit mit den Polnischen Eisenbahnen Betriebsprinzipien zu entwickeln – die nun in Fahrradverleihfirmen in anderen Teilen Polens gelten."

4 ZENTRALE ERKENNTNISSE UND LEARNINGS

Die Analyse der gesammelten Best Practices zeigt, dass Tourismus-KMU und -DMOs aktiv an der grünen und digitalen Transformation des Tourismussektors teilnehmen. Sie zeigen die Bereitschaft, ihr Angebot zu diversifizieren, ihre Verbindungen zu stärken und mit den lokalen Gemeinschaften zusammenzuarbeiten, um nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit ihres Geschäfts zu stärken, sondern es auch zu nutzen und auf das Gebiet auszuweiten. Viele Initiativen verbinden nachhaltige und soziale Ziele und tragen dazu bei, sowohl Unternehmen als auch Gemeinschaften einen Mehrwert zu bieten.

Die Best Practices zeigen, wie lokale Unternehmen zu den übergeordneten Zielen des EU-Übergangspfads für den Tourismus beitragen, insbesondere im Hinblick auf den digitalen Übergang von Unternehmen, die Entwicklung und Verbesserung von Fähigkeiten sowie die Schaffung von Erfahrungen, die Inklusion und Gemeinschaftsnetzwerk verbinden.

Häufige Erfolgsfaktoren sind Zusammenarbeit und Vernetzung, eine starke lokale Identität, Kultur und Nutzung von Naturerbe und Ressourcen als Quelle für Innovation und Resilienz, hohes Potenzial für erfolgreichen Transfer und Anpassung in anderen Regionen oder Kontexten sowie ein starkes Engagement für Nachhaltigkeit, einschließlich Kreislaufwirtschaft, Energieeffizienz und Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks.

Es bestehen jedoch weiterhin Herausforderungen, vor allem in Bezug auf finanzielle und rechtliche Hürden wie Umweltvorschriften sowie Schwierigkeiten, ein innovatives Produkt auf den Markt einzuführen, bedingt durch Genehmigungsbeschränkungen und das Verständnis gesetzlicher Anforderungen. Die technische Kompetenzlücke bleibt ebenfalls eine der Herausforderungen, denen KMU begegnet.

ANHANG 1

Best Practices nach thematischen Bereichen

Diese Tabelle verknüpft jede gesammelte Best Practice mit den relevanten thematischen Kriterien und zeigt, wie Initiativen Nachhaltigkeit, Resilienz, Digitalisierung, Inklusion und andere Schlüsselbereiche behandeln.

Best Practice	Land	Nachhaltigkeit/ Praktiken der Kreislauf- wirtschaft	Risikomanageme nt und Resilienz	Nachhaltige und regenerative Tourismus- angebote	Vielfalt und Inklusion im Tourismus	Aufkommende Technologien
Rubens Immersive Erlebnis	Belgien		X			X
Profitroom KI-Agent	Polen	X	X			X
Bieszczady Fahrradwagen	Polen	X		X	X	
Mint Hill – der Atem der Natur	Polen			X		
Naturanda als Beispiel für gute Praktiken seit 2020	Spanien			X		
Rozino Bio-Farm: Geschlossene Milchwirtschaft und Ökotourismus im Herzen des Balkans	Bulgarien	X	X	X		
Sineva Camping & Bubble Tents: Immersive Naturaufenthalte im Vratsa Balkan	Bulgarien	X	X	X	X	
Lokale Geschmacksrichtungen, dauerhafte Verbindungen – Berkovitsa-Erfahrung	Bulgarien	X	X	X	X	X
Weinpfade an der Iskar-Schlucht	Bulgarien	X	X	X		X
Destination Vratsa: Schönheit in 360° – Virtual-Reality-Erfahrung	Bulgarien			X	X	X
Integration von Robotik in ländliche Fine Dining: Robcho	Bulgarien	X	X	X		X
Escultura Eventos – Modell des nachhaltigen und inklusiven Tourismusmanagements	Spanien	X	X	X	X	X
Mystreetbook, nachhaltige Routen	Spanien			X		X
Camping Siesta / Ökobaum – regenerativer Tourismus	Belgien			X		
Digitale Marketingkampagne für Pafos, Zypern	Zypern			X	X	X
Digitale App: Dublin Discovery Trails – Geschichtenerzählen	Irland		X	X	X	X
Datengetriebene Innovation für Tourismus-KMU in europäischen Kulturhauptstädten	Europa		X	X	X	
Thessaloniki 2030 Resilienzstrategie als Fahrplan für nachhaltigen Tourismus	Griechenland	X	X	X	X	
Virtuelle Realität Erfahrung im Astra-Museum, Sibiu, Rumänien	Rumänien			X	X	X

Best Practice	Land	Nachhaltigkeit/ Praktiken der Kreislauf- wirtschaft	Risikomanageme nt und Resilienz	Nachhaltige und regenerative Tourismus- angebote	Vielfalt und Inklusion im Tourismus	Aufkommende Technologien
Hotel Nowy Dwor: Saubere Energie – Investitionen in Photovoltaik	Polen	X	X	X		
Scrabble Bed and Breakfast: Energie- und Ressourceneffizienz	Belgien	X				
Das Lappland-Sicherheitsnetz	Finnland		X			
Grüne Perspektive	Polen			X		
Leave No Trace Ethics	Finnland	X		X		
Photovoltaik – Solar-plus Wallbox für E-Autos	Deutschland	X	X	X		X
Bieszczady Schule für Kreatives Handwerk	Polen	X		X	X	
"ImpactHub für grüne Berufe" im LandPark Lauenbrück: Die Natur erleben, die Zukunft gestalten – durch nachhaltige Ausbildung und soziale Teilhabe	Deutschland			X	X	
Pop-up-Museum und Gelato-Ausstellung	Polen	X				
Bielabe: Zugänglichkeit für alle und Beschäftigung für alle.	Belgien				X	
Traseo – ein Karteneditor, der speziell auf regionalen Tourismus und lokale Unternehmen zugeschnitten ist.	Polen	X		X	X	X
Happy Weekends = starkes Wachstum und konnten trotzdem unsere Identität als Reiseveranstalter bewahren	Belgien		X			
Saline Spa – Geführte Touren	Spanien	X		X		
Regenerativer Fischereitourismus im Teno River	Finnland			X		
Yyteri Resort & Camping – Nachhaltiges Reisen Finnland Label	Finnland	X				
Grünes Klassenzimmer	Deutschland	X				
Digitaler Leitfaden für nachhaltiges Einkaufen	Deutschland	X		X		
IOPark ("Smart Access Solutions" für Mobilität, Tourismus und Unterkunft)	Spanien	X	X	X		X
Erweiterung des Schwimmbadkomplexes in Wioska Wakacyjna Radawa	Polen			X	X	
Velo San Greenway-Konzept	Polen			X	X	
Caro-Sichtbarkeit	Deutschland	X		X		
Hotel Caryńska Gasthaus: ein Bau nach lokaler Architekturtradition	Polen	X	X	X	X	X
meerzukunft ³ – Die Bremerhavener KMU-übergreifende-Ausbildung von Fachkräften	Deutschland	X	X	X		
Barrierefreie Unterkünfte (Villen) in Lappland	Finnland				X	
GESAMT		24	18	33	18	15