

# NACHHALTIGKEITSBERICHT 2023

## Impressum

Rhön GmbH - Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement (Rhön GmbH)  
Rhönstraße 97  
97772 Wildflecken-Oberbach  
Tel: +49 9749 930080-0  
Mail: [kontakt@rhoen.info](mailto:kontakt@rhoen.info)  
[www.rhoen.info](http://www.rhoen.info)  
Geschäftsführer: Johannes Metz  
Registergericht: AG Schweinfurt, HRB 5673  
Ust. -ID: DE 266 250 510

Nachhaltigkeitsbeauftragte: Nadine Flügel  
Tel: +49 9749 930080-102  
Mail: [nadine.fluegel@rhoen.info](mailto:nadine.fluegel@rhoen.info)

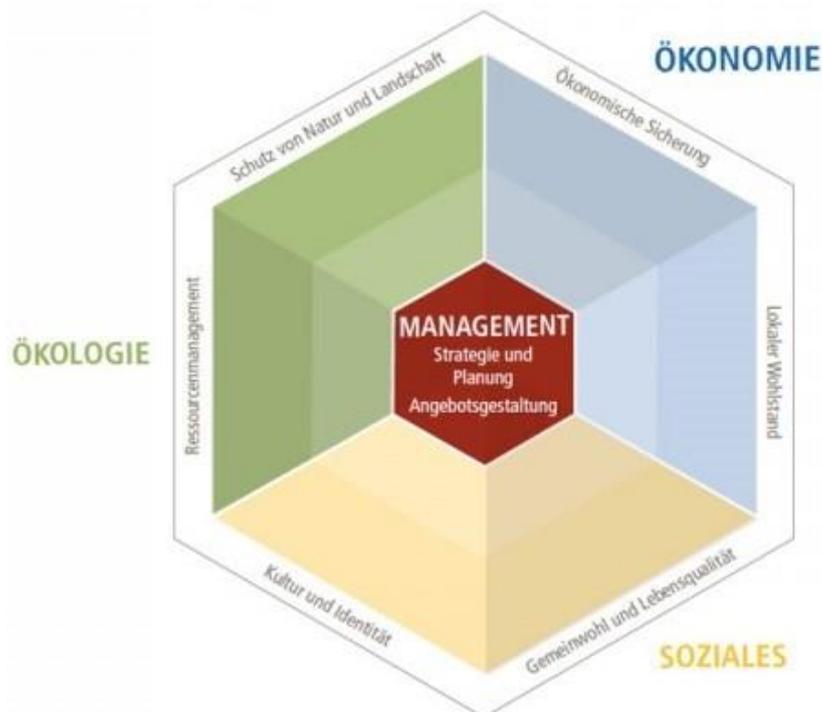
Jahre der Datenerfassung: 2022/2023

## Inhaltsverzeichnis

1. Management: Strategie und Planung.....	5
1.1 Politische Entscheidung.....	5
1.2 Tourismusstrategie.....	5
1.3 Nachhaltigkeitsrat.....	6
1.4 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur.....	6
1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug.....	8
1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte*r.....	8
1.7 Partnerbetriebe.....	9
1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen.....	9
1.9 Nachhaltigkeitskommunikation.....	10
1.10 Rechtskonformität.....	10
1.11 Verbesserungsmanagement.....	11
2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung.....	11
2.1 Gästezufriedenheit.....	11
2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation.....	11
2.3 Besucherinformation und -sensibilisierung.....	12
2.4 Barrierefreiheit.....	13
2.5 Nachhaltige Produktbausteine.....	13
3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung.....	14
3.1 Wirtschaftliche Stabilität.....	14
3.2 Saisonalität.....	15
3.3 Zufriedenheit mit der DMO.....	15
4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand.....	16
4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe.....	16
4.2 Öko-faire Beschaffung.....	17
4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung.....	17
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.....	18
5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild.....	19
5.5 Regional abgestimmte Besucher*innen-Lenkung.....	19
5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen.....	19
6. Umwelt: Ressourcenmanagement.....	20
6.1 Handlungsfelder des Klimawandels.....	20
6.2 Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte.....	20

---

6.3 Umweltschonende An- und Abreise.....	21
6.4 Umweltverträgliche Mobilität vor Ort.....	21
6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben .....	21
6.6 Wasserverbrauch und Abfallaufkommen .....	22
6.7 Lärm, Luft- und Wasserqualität .....	22
6.8 Energieeffizienz .....	22
6.9 Wasser.....	22
6.10 Abfall .....	22
6.11 Papier .....	23
6.12 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten .....	23
7. Soziales: Kultur und Identität.....	23
7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern .....	23
7.2 Kulturelle Identität .....	24
8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität .....	24
8.1 Menschenrechte .....	24
8.2 Risikomanagement .....	24
8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen .....	24
8.4 Zufriedenheit der Lokalbevölkerung .....	24
8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement.....	25
8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO.....	25
8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO .....	25
8.8 Toleranz und Inklusion .....	25
8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit.....	25



## 1. Management: Strategie und Planung

### 1.1 Politische Entscheidung

In der Destination Rhön besteht ein eindeutiges Bekenntnis der Gesellschafter zur Umsetzung des Nachhaltigkeitsprozesses und einer nachhaltigen Entwicklung im Tourismus der Rhön.

In der Gesellschafterversammlung vom 15.06.2023 wurde zum Zertifizierungsprozess informiert und das Bekenntnis einstimmig abgegeben.

Der Zertifizierungsprozess zum Nachhaltigen Reiseziel gilt länderübergreifend für die gesamte Gebietskulisse der Rhön.

### 1.2 Tourismusstrategie

Für die Destination gibt es ein Tourismusedwicklungskonzept in Form einer Destinationsstrategie, das eine nachhaltige Tourismusedwicklung fokussiert und die Chancen und Risiken des Tourismus darstellt. Darin enthalten ist das im Jahr 2018 unter großer Beteiligung verschiedener Stakeholder und der Rhöner Bevölkerung entstandene Markenkonzept, sowie verschiedene Basisstrategien und Umfrageergebnisse für die Rhön.

Darüber hinaus existiert für das UNESCO-Biosphärenreservat Rhön ein umfassendes Rahmenkonzept<sup>1</sup>, welches Ziele der touristischen Entwicklung beinhaltet. Das Rahmenkonzept wurde mit umfassender Beteiligung verschiedenster Anspruchsgruppen zuletzt in den Jahren 2014 bis 2017 neu erarbeitet und gilt seit 2018. Für die Tourismusedwicklung waren Beschäftigte der Vorgesellschaften der im Dezember 2016 neu und länderübergreifend gegründeten Rhön GmbH beteiligt.

<sup>1</sup> Abrufbar unter: [www.biosphaerenreservat-rhoen.de/unesco-biosphaerenreservat/rahmenkonzept-das-leitbild/rahmenkonzept-2018](http://www.biosphaerenreservat-rhoen.de/unesco-biosphaerenreservat/rahmenkonzept-das-leitbild/rahmenkonzept-2018)

Die Destinationsstrategie befindet sich derzeit mit dem Ziel der Zusammenführung aller bestehenden Konzepte und der verstärkten Integration einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in der Überarbeitung und wird planmäßig bis Juni 2024 fertiggestellt.

### 1.3 Nachhaltigkeitsrat

Der Nachhaltigkeitsrat wurde mit dem Zertifizierungsprozess zum „Nachhaltigen Reiseziel“ über eine Erweiterung des bestehenden Gremiums der Steuerungsgruppe (Vertreter der Landkreise) implementiert und gegründet. Am 11.10.2023 fand die konstituierende Sitzung statt.

Der Rat besteht derzeit aus 11 Mitgliedern und setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Interessensgruppen zusammen:

- Fachdienstleitungen der Regional- bzw. Kreisentwicklung und Tourismusförderung
- Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön
- Geschäftsführung der Naturparke

Der Nachhaltigkeitsrat dient als offenes beratendes Gremium zur Förderung der Implementierung und Fortführung des Nachhaltigkeitsprozesses in der Rhön. Die Ziele des Gremiums sind eine stärkere Vernetzung und eine abgestimmte Aufgabenteilung sowie die Etablierung des touristischen Nachhaltigkeitsprozesses in wichtigen Entscheidungsprozessen. Das Gremium tagt halbjährlich und thematisiert unterschiedliche Schwerpunktthemen.

### 1.4 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur

Die Rhön GmbH – Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement besteht seit 15. Dezember 2016 als länderübergreifende Tourismusorganisation. Ihre Aufgabe ist es, den Tourismus in der Urlaubsregion Rhön zu fördern und die dort hergestellten Produkte zu vermarkten.

Ausgangsgesellschaft für die Gründung der länderübergreifenden Organisation war die bereits destinationsweit tätige Dachmarke Rhön GmbH als Vermarktungsorganisation für Angebote aus dem Bereich der Gastronomie und regionaler Produkte. Die bis dahin nach Bundesländern aufgeteilten touristischen Destinationsmarketing-Organisationen wurden in die Rhön GmbH integriert. So wurde die Tourismus GmbH Bayerische Rhön personell und inhaltlich in die Rhön GmbH übergeleitet und infolgedessen aufgelöst. Aus der Rhön Tourismus und Service GmbH Landkreis Fulda wurde der touristische Teil herausgelöst und in die Rhön GmbH übergeleitet. Ähnlich verhält es sich beim Rhönforum e.V. - Verein für Regionalentwicklung und Tourismus Thüringer Rhön in Thüringen. Die Rhön GmbH richtete in den drei Bundesländern Bayern, Hessen und Thüringen jeweils Kompetenzzentren ein. Sitz der Rhön GmbH ist im Biosphärenzentrum Rhön „Haus der Schwarzen Berge“ in Wildflecken-Oberbach. Dort betreibt das Unternehmen neben der Tourist-Information auch das RhönCafé und den RhönLaden. Weitere Tourist-Informationen der Rhön GmbH befinden sich im Bruder-Franz-Haus auf dem Kreuzberg, im Kompetenzzentrum Wasserkuppe sowie im Kompetenzzentrum Bad Neustadt. Das Thüringer Kompetenzzentrum befindet sich in Geisa (Wartburgkreis). Die Rhön GmbH beschäftigt insgesamt 46 Mitarbeitende (Stand: 31.12.2023) über alle Standorte verteilt.

Die Destination Rhön erstreckt sich über die Landkreise Rhön-Grabfeld, Bad Kissingen und Fulda sowie über Teile der Landkreise Schmalkalden-Meiningen und Wartburgkreis. Die Landkreise sind die Gesellschafter des Unternehmens und organisatorisch in der DMO vertreten. Die fünf Landräte bilden die Gesellschafterversammlung. Zudem bringen sich die Wirtschafts- beziehungsweise Kreisförderer der Landkreise

in der untergeordneten Steuerungsgruppe ein. Den Vorsitz der Gesellschafterversammlung, welcher alle zwei Jahre rotiert, hat seit dem Jahr 2023 der Landrat des Landkreises Rhön-Grabfeld, Thomas Habermann. Darüber hinaus liegen Teile des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön in den Gemeinden Friedewald, Hohenroda und Schenklengsfeld im Landkreis Hersfeld-Rothenburg. Der Landkreis Hersfeld-Rothenburg ist Gesellschafter der Grimmheimat Nordhessen und organisatorisch nicht in der Rhön GmbH vertreten. Die Nördliche Kuppenrhön ist dennoch ein wichtiger Partner für uns.



Abbildung 1 Gebietskulisse Destination Rhön

	Einheit	2022		
Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität haben	%	0,1 <sup>2</sup>		
Anteil (%) der Kommunen in der Tourismusdestination, die in der DMO organisatorisch vertreten sind	%	0 <sup>3</sup>		

Die Zusammenarbeit in der Rhön basiert auf dem Drei-Ebenen-Modell. Die Rhön GmbH ist anerkannte Destinationsmanagementorganisation auf der Destinationsebene und steht dabei für die Tourismusentwicklung im engen Austausch zu den drei Landestourismusorganisationen und der lokalen Ortsebene. Aufgrund der bundesländerbergreifenden Lage der Destination und der historischen Entwicklung ist die

<sup>2</sup> Insgesamt weisen 13 von 136 Gemeinden im Destinationsgebiet eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität auf.

<sup>3</sup> Die Landkreise sind als Gesellschafter organisatorisch in der Rhön GmbH vertreten - keine Kommunen.

Ortsebene verschieden strukturiert und teilt sich in Tourismusgesellschaften, Touristische Arbeitsgemeinschaften (TAGs), Allianzen und weitere Gemeinschaften und Gemeinden auf.

Über die Teilnahme an Austausch- und Netzwerktreffen verfolgt die Rhön GmbH die Nachhaltigkeitsentwicklungen der Landestourismusorganisationen und bezieht diese mit ein. In Hessen befinden sich alle Destinationen auf dem Weg der Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“. In Bayern orientiert sich die nachhaltige Destinationsentwicklung an einer eigens erstellten Matrix, angelehnt an den Ansatz der Gemeinwohl-Ökonomie. In Thüringen bietet das Nachhaltigkeitsleitbild, angelehnt an die SDGs, sowie eine Vision mit Leitsätzen Orientierung für eine nachhaltige Tourismusedwicklung.

## 1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug

Das Unternehmensleitbild der Rhön GmbH wurde im Rahmen von internen Workshops zeitgleich zum Zertifizierungsprozess zum „Nachhaltigen Reiseziel“ erarbeitet. Eine Projektgruppe mit interdisziplinärer und abteilungsübergreifender Beteiligung hat in Workshops die Unternehmensvision, Mission und Werte der Zusammenarbeit erarbeitet und alle Beschäftigten der Rhön GmbH regelmäßig über die Prozesse und Ergebnisse informiert und beteiligt. Über die Geschäftsführung werden die Ergebnisse an externe Stakeholder weitergetragen.

Das Leitbild der Rhön GmbH ist im Unternehmensbereich auf der Webseite [www.rhoen.info/leitbild](http://www.rhoen.info/leitbild) veröffentlicht.



Abbildung 2 Werte der Zusammenarbeit der Rhön GmbH

## 1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte\*r

In der Rhön GmbH ist seit 2022 eine Nachhaltigkeitsbeauftragte benannt. Die Stelle eines/r Nachhaltigkeitsbeauftragten ist in der Organisationsstruktur Teil der Abteilung Marke & Produkt. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte verantwortet den Prozess zum „Nachhaltigen Reiseziel“, koordiniert die internen Nachhaltigkeitsaufgaben in der Rhön GmbH und ist Ansprechperson für Nachhaltiges Reiseziel-Partnerbetriebe sowie weitere touristische Betriebe und externe Stakeholder zur Nachhaltigkeit. Ein unternehmensinternes

Team Nachhaltigkeit unterstützt für den Aufbau und die stetige Umsetzung eines Nachhaltigkeitsmanagements in der Rhön GmbH.

## 1.7 Partnerbetriebe

In der Rhön gibt es bereits seit 2008 den Dachmarke Rhön e.V. als starkes Netzwerk für engagierte Rhöner Betriebe entlang der gesamten (Lebensmittel-)Wertschöpfungskette. Für regional erzeugte Produkte vergibt der Verein Dachmarke Rhön in den Bereichen tierische, nicht-tierische Produkte und in der Gastronomie anhand transparent einsehbarer festgelegter Kriterien<sup>4</sup> das Qualitätssiegel Rhön „Qualität des Biosphärenreservats! Die Rhön“.

Das seit über 15 Jahren aktive Netzwerk Dachmarke Rhön e.V. wurde für den Aufbau eines Nachhaltiges Reiseziel-Partnernetzwerkes im Rahmen des Zertifizierungsprozesses genutzt. Das Qualitätssiegel Rhön dient dabei als anerkanntes Siegel für die Nachhaltigkeitsqualifizierung der Betriebe. Damit ergibt sich für Betriebe, die Markennutzer sind und mit dem Qualitätssiegel Rhön zertifizierte Produkte haben, die Qualifikation für die Teilnahme im Nachhaltigkeitsnetzwerk. Darüber hinaus sind weitere Tourismuspartner, wie Tourist-Informationen, Teil des Partnernetzwerkes und haben sich über das TourCert Qualified für die Teilnahme qualifiziert.

Die Rhön verfügt damit über ein Partnernetzwerk von Leistungsträgern, das relevante Akteure der Destination involviert und sich zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus bekennt. Zukünftig wird die Rhön GmbH den Partnerbetrieben für eine nachhaltige Entwicklung beratend zur Seite stehen und Hilfestellungen zu einer nachhaltigen Ausrichtung der Unternehmen für die nachhaltige Tourismusentwicklung der Rhön geben.

	Einheit	2022	2023	
Anteil anerkannter Partnerbetriebe	%	-	15 <sup>5</sup>	
Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel <sup>6</sup>	Anz.	22	22	
Anteil von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	%	1,07 <sup>7</sup>	1,07	

## 1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen

Mithilfe einer Stakeholder-Analyse wurde nachfolgende Stakeholder-Map erstellt. Diese zeigt die Anspruchsgruppen, die für die Arbeit der Rhön GmbH relevant sind. Dabei bestehen verschiedene Formen der Zusammenarbeit und der Einflussnahme der einzelnen Stakeholder.

Der Dialog mit den Anspruchsgruppen findet auf verschiedene Weise statt: Jour-Fixe Termine, Netzwerktreffen, projektbezogene Austauschtreffen, Newsletter (Gästeletter, Teamletter, Touristikerletter, Dachmarken Partner-Newsletter), Veranstaltungen, Zertifizierungen und Beratungen.

<sup>4</sup> Die Kriterienkataloge sind online abrufbar unter: <https://dmr.marktplatzrhoen.de/kriterienundzertifizierung>

<sup>5</sup> Aufbau des Nachhaltige Reiseziel-Partnernetzwerkes startete im Jahr 2023. Stand: 06.02.2024 – 15 Partner

<sup>6</sup> Von TourCert anerkannte Nachhaltigkeitslabel. In der Rhön vertreten sind: Bio-Hotel, Bioland, Certified Green Hotel, Demeter EU-Bio, Green Pearls, Green Sign, Naturland, Viabono

<sup>7</sup> Bezogen auf 2.060 Betriebe als Gesamtanzahl der Gastgewerbe in der Rhön



Abbildung 3 Stakeholder-Map der Rhön GmbH

## 1.9 Nachhaltigkeitskommunikation

Die Rhön GmbH hat damit begonnen, aktiv Angebote, Projekte, Initiativen und Maßnahmen der nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in der Rhön zu kommunizieren. Auf der Tourismuswebseite, im Touristikerletter sowie im Touristiker-Netzwerktreffen wird über die Nachhaltigkeitsausrichtung informiert. Mithilfe einer Umfrage bei den Tourist-Informationen der Rhön GmbH wurde eine Gästeinformationsbewertung durchgeführt. Diese hat gezeigt, dass keine umweltschädigenden Freizeit- und Tourismusaktivitäten beworben werden und auf ein angemessenes Verhalten in sensiblen Naturräumen und Denkmälern hingewiesen wird. Darüber hinaus besteht ein System zur Erfassung von Gästebeschwerden und aus Gästerückmeldungen werden konkrete Verbesserungsmaßnahmen abgeleitet. Verbesserungsbedarf besteht hinsichtlich der Mehrsprachigkeit von Werbemitteln sowie der Durchführung von Schulungen zur Nachhaltigkeit. Darüber hinaus wird nur teilweise zur Nachhaltigkeit in den Angeboten informiert. Entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung sind bereits in das Maßnahmenprogramm aufgenommen worden und geplant.

	Einheit	2022		
Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung	%	61,46 <sup>8</sup>		

## 1.10 Rechtskonformität

Die im Nachhaltigkeitsprozess involvierten Tourismusakteure kennen und erfüllen alle maßgeblichen Gesetze (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte).

<sup>8</sup> Durchführung der Umfrage im September 2023 bei den Tourist-Informationen der Rhön GmbH – 6 gültige Antworten. Bei der Durchführung gab es technische Schwierigkeiten, was zu einer geringeren Rücklaufquote führte.

## 1.11 Verbesserungsmanagement

Im Zuge des Zertifizierungsprozesses wurde unter Beteiligung der Geschäftsführung und aller Abteilungsleitungen sowie der Nachhaltigkeitsbeauftragten ein Verbesserungsprogramm für die DMO (Rhön GmbH selbst) und die Entwicklung der Destination Rhön erstellt. Die Maßnahmen sind übergeordneten Handlungsfeldern zugeteilt. Insgesamt gibt es acht Handlungsfelder (Management: Strategie und Planung, Nachhaltige Angebotsgestaltung, Ökonomische Sicherung und Lokaler Wohlstand, Schutz von Natur und Landschaft, Ressourcenmanagement, Kultur und Identität sowie Gemeinwohl und Lebensqualität). Alle Aktivitäten sind mit einem Ergebnisindikator, der zeitlichen Umsetzungsfrist und einer verantwortlichen Person benannt. Die übergeordnete Koordination erfolgt durch die Nachhaltigkeitsbeauftragte. Das Verbesserungsprogramm wird fortan jährlich aktualisiert. In der nächsten Sitzung des Nachhaltigkeitsrats wird das Verbesserungsprogramm besprochen.

## 2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung

### 2.1 Gästezufriedenheit

Die Rhön GmbH erhält monatlich über die Hessen Agentur ein TrustYou Reporting für die Beherbergungsbetriebe in der Destination. Die Berichte werden anhand von Gästebewertungen, Anfragen und Nachrichten aus unterschiedlichen Buchungsportalen erstellt und fassen diese in einer Gesamtübersicht zusammen.

Im Juni 2023 startete die Thüringer Tourismus GmbH eine umfassende Gästebefragung, an der die Rhön als länderübergreifende Destination teilnimmt. Ziel ist es, bis April 2024 einen landesweiten Datenpool zu schaffen, der Akteuren aller touristischen Ebenen wichtige Erkenntnisse für die Angebotsentwicklung und das Marketing bietet. Ab Juni 2024 sind die Ergebnisse zugänglich und werden für die Entwicklung der Tourismusmaßnahmen in der Rhön eingesetzt.

Eine regelmäßige Erhebung der Gästezufriedenheit gibt es bisher nicht.

Zur Qualitätssicherung ist ein Beschwerdemanagement-System implementiert. Rückmeldungen von Gästen werden zentral erfasst und individuell unter Inbezugnahme weiterer Akteure darauf eingegangen. Eine Anleitung zur Vorgehensweise liegt vor und die Beschäftigten sind geschult und zum Prozess informiert.

### 2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation

Qualität ist ein wichtiges übergeordnetes Querschnittsfeld in der strategischen Entwicklung der Destination Rhön. Die Rhön GmbH setzt sich für die Qualitätssicherung insbesondere in der Servicequalität und der Zertifizierung der Leistungsträger ein, motiviert die Tourismusunternehmen, an Qualitätsoffensiven teilzunehmen und regt einen ständigen Innovationsprozess an. Die Rhön GmbH bietet beispielsweise Schulungen zum Tourenportal oder zur ThüCAT (Thüringer Content Architektur Tourismus – Datenbank und Websitebaukasten) an, um die Digitalisierung der Angebote zu fördern.

Die Tourist-Informationen der Rhön GmbH sind mit der I-Marke des DTV ausgezeichnet. Die Ergebnisse der letzten Prüfung im Dezember 2022 liegen über dem deutschlandweiten Durchschnitt und bestätigen die Beratungsqualität und das Qualitätsbewusstsein. Seit Anfang April 2022 nimmt die Rhön GmbH zudem an der Initiative „Servicequalität Deutschland“ teil und hat 8 Service Coaches ausbilden lassen.

Weiterhin sind Beschäftigte der Rhön GmbH für die Durchführung der Zertifizierung verschiedener Auszeichnungen bei Betrieben ausgebildet und zugelassen. Dabei stehen sie den Betrieben auch beratend zur Seite und begleiten sie bei den Prozessen. Dazu zählen:

- DTV-Klassifizierung für Ferienunterkünfte
- Reisen für Alle
- Bett & Bike
- Wanderbares Deutschland

Darüber hinaus gibt es in der Rhön das Qualitätssiegel Rhön. Das Siegel steht für gesicherte Regionalität und Qualität. Die operative Umsetzung der Zertifizierung ist Aufgabe der Rhön GmbH und umfasst neben der Zertifizierung anhand der Kriterienkataloge<sup>9</sup> u.a. auch die Beratung und Vernetzung der Betriebe. Hierdurch werden innovative Produktideen angeregt und es ergeben sich neue Partnerschaften.

	Einheit	2022		
Anteil von Tourismusbetrieben mit einer Qualitätsauszeichnung	%	15,97 <sup>10</sup>		

## 2.3 Besucherinformation und -sensibilisierung

Die direkte Besuchersensibilisierung vor Ort läuft in erster Linie über die Ranger und Internetseiten der Naturparke und Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön. Darüber hinaus weisen in den Naturschutzgebieten/ Kernzonen des UNESCO-Biosphärenreservats Hinweisschilder und Tafeln den Gast auf das richtige Besucherverhalten hin. Die Rhön GmbH unterstützt dabei und gibt auf dem Outdooractive Tourenportal Hinweise zu Schutzgebieten und zum richtigen Besucherverhalten.

In der Rhön wurde eine Gästeführer\*innenbefragung durchgeführt. Daraus geht positiv hervor, dass ca. 80% der Teilnehmenden die Geschichte und Kultur der Region gut oder sehr gut kennen. Ebenfalls als gut zu werten ist, dass bei den Führungen regionale Gastronomieanbieter empfohlen werden. Verbesserungspotential besteht hinsichtlich der Kenntnis zur Nachhaltigkeit. Nur etwa 45% der Teilnehmenden hat mehr oder weniger gute Kenntnisse zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit.

Eine Gästebefragung zum Bewusstsein der Nachhaltigkeitsbestrebungen bei Gästen wurde bisher noch nicht durchgeführt.

	Einheit	2022		
Anzahl von touristischen Informationsstellen	Anz.	30 <sup>11</sup>		
Nachhaltigkeits-Index Gästeführer*innen	%	65,93 <sup>12</sup>		
Bei einer Gästebefragung: Anteil Gäste, die angeben, dass sie sich der Nachhaltigkeitsbestrebungen und -aktivitäten der Destination bewusst sind.	%	-		

<sup>9</sup> Die Kriterienkataloge für das Qualitätssiegel Rhön sind transparent einsehbar und digital abrufbar: <https://dmr.marktplatzrhoen.de/kriterienundzertifizierung>

<sup>10</sup> Enthaltene Zertifizierungen: Deutsche Hotelklassifizierung, DTV-Klassifizierung für Ferienunterkünfte, Reisen für Alle, Bett & Bike, Wanderbares Deutschland, Qualitätssiegel Rhön. Mehrfache Erfassung einzelner Betriebe ist möglich. Bezogen auf 2.060 Betriebe als Gesamtanzahl der Gastgewerbe in der Rhön.

<sup>11</sup> Davon gehören 4 Tourist-Informationen zur Rhön GmbH.

<sup>12</sup> Durchführung der Umfrage von Juli bis August 2023 – 69 gültige Antworten.

## 2.4 Barrierefreiheit

Eine Nutzung von touristischen Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen in der Destination ist zum Teil auch für Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen möglich. Auf der Webseite gibt es eine Unterseite mit Informationen zur Barrierefreiheit und eine Auflistung aller „Reisen für Alle“ zertifizierten Betriebe ([www.rhoen.info/barrierefrei-reisen](http://www.rhoen.info/barrierefrei-reisen)).

Eine besondere Information zu barrierefreien ÖPNV-Transportmitteln gibt es bisher noch nicht.

	Einheit	2022		
Anteil (%) von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)	%	0,78 <sup>13</sup>		
Anzahl von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)	Anz.	16		

## 2.5 Nachhaltige Produktbausteine

Die von der Rhön GmbH kommunizierten touristischen Angebote werden noch nicht regelmäßig nach klaren Vorgaben auf den Grad der Nachhaltigkeit bewertet. Die Rhön GmbH kommuniziert gebündelt Angebote von den Leistungsträgern und ist daher auf die Nachhaltigkeit der Angebote der Leistungsträger angewiesen. Bei den jährlich wiederkehrenden Aktionswochen werden bisher die inhaltlich nachhaltigen Aspekte hervorgehoben. Es erfolgt jedoch keine Kennzeichnung durch ein Signet oder Logo als nachhaltig. Im Buchungsportal für Unterkünfte auf <https://buchen.rhoen.info> gibt es bereits Auswahlmöglichkeiten für Nachhaltigkeitselemente der Angebote.

Im Zertifizierungsprozess wurde eine Angebotsbewertung vorgenommen. Hierfür wurden die Angebote der jährlich stattfindenden Aktionswochen und von „Wandern ohne Gepäck“ gebündelt bewertet. Positiv hervorzuheben ist die bestehende Stärkung der regionalen Wertschöpfung. Die Ergebnisse der Bewertung zeigen, dass für die Angebote bevorzugt regionale Anbieter und Produkte verwendet werden. Verbesserungspotential besteht z.B. beim Angebot von vegetarischen und veganen Speisen sowie der klaren Kommunikation nachhaltiger Angebote durch eine Kennzeichnung, Voranstellung oder Darstellung.

	Einheit	2022	2023	
Anteil der von der DMO auf Nachhaltigkeit bewerteten touristischen Dienstleistungen	%	k.A.		
Nachhaltigkeits-Index Produktbewertung	%	71,32 <sup>14</sup>		

<sup>13</sup> Bezogen auf 2.060 Betriebe als Gesamtanzahl der Gastgewerbe in der Rhön.

<sup>14</sup> Durchführung der Bewertung von Juli-August 2023.

### 3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung

#### 3.1 Wirtschaftliche Stabilität

Die Rhön GmbH erheben Kennzahlen zur Bewertung der wirtschaftlichen Stabilität der Destination.

	Einheit	2021	2022
Durchschnittliche Bettenauslastung	%	37,2	41,72
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	4,02	3,33
Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner (Tourismusintensität)	Anz.		7.769 <sup>15</sup>

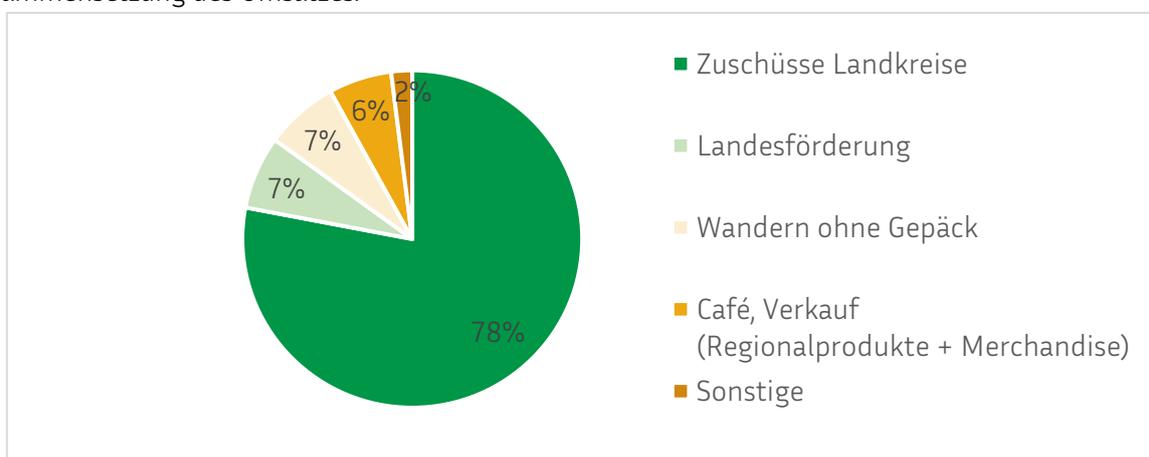
	Einheit	2021	2022
Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region	€	398.600.000	-
Touristische Ausgaben pro Besucher pro Tag	€	34,45	42,74
Höhe des Steueraufkommens des Tourismus	€	71.600.000	100.100.000
Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen	%	-	4,39 <sup>16</sup>

Die Rhön GmbH ist ein wirtschaftlich stabiles Unternehmen.

Wirtschaftliche Entwicklung des Umsatzes der letzten 3 Jahre:

	Einheit	2020	2021	2022
Umsatz der DMO	€	2.034.447	2.118.828	2.311.280

Zusammensetzung des Umsatzes:



<sup>15</sup> Bezogen auf 695.935 Einwohner (Landkreise Schmalkalden-Meiningen und Wartburgkreis gesamt).

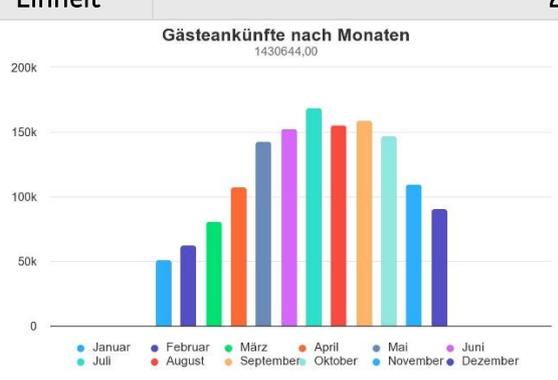
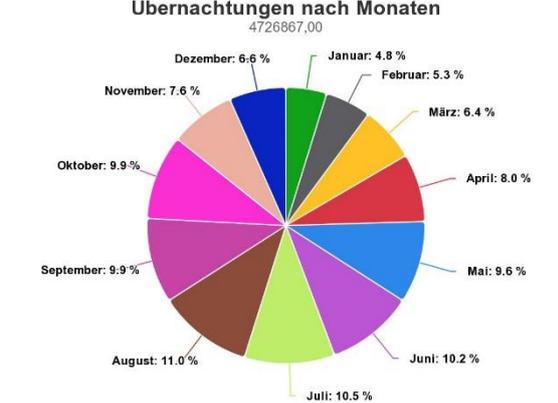
<sup>16</sup> Bundesagentur für Arbeit, Branchen im Fokus, Kreise & kreisfreie Städte: Fulda, Rhön-Grabfeld, Bad Kissingen, Schmalkalden-Meiningen (gesamt) und Wartburgkreis (gesamt). <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Branchen-im-Fokus/Branchen-im-Fokus-Nav.html> Berücksichtigung der Branchen Beherbergung und Gastronomie.

### 3.2 Saisonalität

Es existieren Daten zur monatlichen Verteilung der Tourismusankünfte und -übernachtungen in der Destination. Es werden monatlich die Daten der Landesstatistikämter (Bayern, Hessen, Thüringen) in der DMO erfasst, aufbereitet und genutzt. Damit werden zugleich saisonale Schwankungen und eine räumliche Entzerrung analysiert. Die Daten werden in die Destination kommuniziert.

In den Ankunfts- und Übernachtungszahlen sind saisonale Schwankungen erkennbar. Insbesondere die Wintermonate von Dezember bis März weisen geringere Zahlen auf. Gemeinsam mit Touristikern und Tourismusangebietern arbeitet die Rhön GmbH an Maßnahmen zur saisonalen Verteilung touristischer Aktivitäten.

Zur Stärkung der Wintersaison entstand bereits der Wintersportbericht mit Übersicht zum aktuellen Wetter, geöffneten Liften, präparierten Loipen und Winterwanderwegen. Dieser basiert auf der Open Data Plattform ThüCAT und bietet die direkte Aktualisierung der Live-Daten durch beteiligte Tourismusakteure. Darüber hinaus gibt es ein Schneetelefon, worüber Gäste über Telefon Informationen zur aktuellen Schneelage und den Wintersportbedingungen erhalten.

	Einheit	2022																										
Monatliche Verteilung der Ankünfte		 <p><b>Gästeankünfte nach Monaten</b> 1430644,00</p>																										
Monatliche Verteilung der Übernachtungen		 <p><b>Übernachtungen nach Monaten</b> 4726867,00</p> <table border="1"> <tr><th>Monat</th><th>Anteil</th></tr> <tr><td>Januar</td><td>4.8 %</td></tr> <tr><td>Februar</td><td>5.3 %</td></tr> <tr><td>März</td><td>6.4 %</td></tr> <tr><td>April</td><td>8.0 %</td></tr> <tr><td>Mai</td><td>9.6 %</td></tr> <tr><td>Juni</td><td>10.2 %</td></tr> <tr><td>Juli</td><td>10.5 %</td></tr> <tr><td>August</td><td>11.0 %</td></tr> <tr><td>September</td><td>9.9 %</td></tr> <tr><td>Oktober</td><td>9.9 %</td></tr> <tr><td>November</td><td>7.6 %</td></tr> <tr><td>Dezember</td><td>6.6 %</td></tr> </table>	Monat	Anteil	Januar	4.8 %	Februar	5.3 %	März	6.4 %	April	8.0 %	Mai	9.6 %	Juni	10.2 %	Juli	10.5 %	August	11.0 %	September	9.9 %	Oktober	9.9 %	November	7.6 %	Dezember	6.6 %
Monat	Anteil																											
Januar	4.8 %																											
Februar	5.3 %																											
März	6.4 %																											
April	8.0 %																											
Mai	9.6 %																											
Juni	10.2 %																											
Juli	10.5 %																											
August	11.0 %																											
September	9.9 %																											
Oktober	9.9 %																											
November	7.6 %																											
Dezember	6.6 %																											
Anzahl der Monate in der Hauptsaison	Anz	6																										

### 3.3 Zufriedenheit mit der DMO

Die Rhön GmbH hat seit 2021 jährlich die Zufriedenheit der Geschäftspartner\*innen und Interessensgruppen mit ihren Dienstleistungen ermittelt. Im Jahr 2022 neu hinzugekommen ist die Abfrage zur Nachhaltigkeitsausrichtung.

Fast zwei Drittel der Teilnehmenden stimmt dafür, dass die Rhön GmbH einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Destination Rhön leistet.

	Einheit	2022	2023
Zufriedenheits-Index Partner*innen, Interessensgruppen	%	65,9 <sup>17</sup>	
Rücklaufquote der Befragung der Partner*innen, Interessensgruppen	%	6,8	

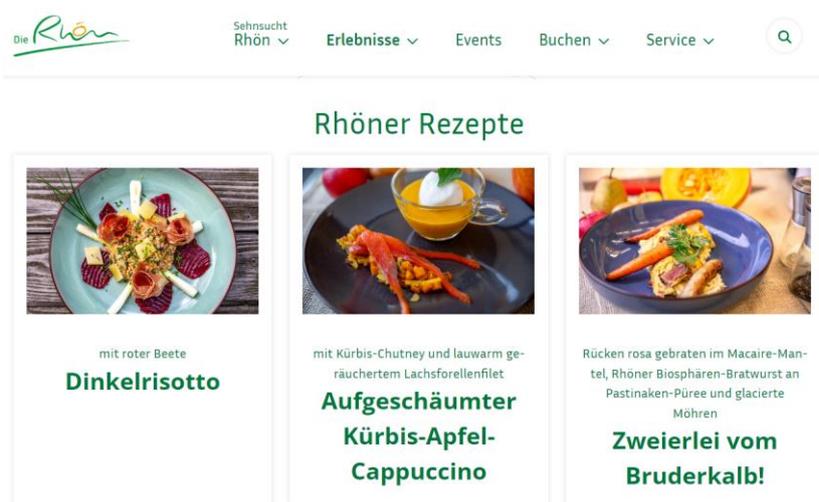
## 4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand

### 4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe

Die DMO kennt und bewirbt typisch lokale bzw. regionale Produkte.

Im Verein Dachmarke Rhön e.V. werden engagierte Rhöner Betriebe entlang der gesamten Lebensmittel-Wertschöpfungskette vernetzt. Die Rhön GmbH unterstützt in der operativen Umsetzung die Betriebe beim Bilden von Netzwerken, Schaffen innovativer Produkte, dem Erwerb und der Vermarktung von regionalen Produkten. Aus einem Zusammenschluss mehrerer regionaler Metzger hat sich beispielsweise der Rhöner Biosphären-Schinken gebildet.

Der Begriff der Regionalität ist in Deutschland nicht geschützt. Mit dem Qualitätssiegel Rhön als Regionalmarke wird echte Regionalität und die Herkunft der Produkte aus der Gebietskulisse der Rhön sichergestellt. Klare transparente Kriterienkataloge und regelmäßige Überprüfungen sichern dabei die Qualität der Produkte. Das Siegel als sichtbare Kennzeichnung wird für diverse Produkte im tierischen und nicht-tierischen Bereich sowie in der Gastronomie vergeben und bestätigt dabei den Einsatz von Rhöner Produkten in der Küche. Hierdurch werden dauerhafte regionale Lieferbeziehungen sowie der Erhalt und Ausbau regionaler Wirtschaftskreisläufe sichergestellt.



The screenshot shows the website navigation bar with 'Sehnsucht Rhön' and menu items like 'Erlebnisse', 'Events', 'Buchen', and 'Service'. Below is a search icon and a section titled 'Rhöner Rezepte'. Three recipe cards are displayed:

- Dinkelrisotto** mit roter Beete
- Aufgeschäumter Kürbis-Apfel-Cappuccino** mit Kürbis-Chutney und lauwarm geräuchertem Lachsforellenfilet
- Zweierlei vom Bruderkalb!** Rücken rosa gebraten im Macaire-Mantel, Rhöner Biosphären-Bratwurst an Pastinaken-Püree und glacierte Möhren

Auf der Webseite unter dem Bereich [Kulinarik](#) werden Informationen zum Qualitätssiegel Rhön gegeben. Zusätzlich werden Rezeptideen mit Rhöner Produkten gegeben. Auf der Internetseite [marktplatzrhoen.de](http://marktplatzrhoen.de) werden alle Betriebe im Netzwerk des Dachmarke Rhön e.V. sowie deren Produkte und mögliche Verkaufsstellen vorgestellt.

<sup>17</sup> Durchführung der Umfrage Mitte Dezember 2022 bis Januar 2023 - 118 gültige Antworten

## 4.2 Öko-faire Beschaffung

Eine erste Richtlinie zum nachhaltigen Einkauf in der DMO existiert. In einem internen Nachhaltigkeitsleitfaden werden Hinweise und Vorgaben für eine nachhaltige Beschaffung gegeben. Der Fokus bei Beschaffungen liegt auf der Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe. Daher werden, soweit möglich, regionale Produkte bevorzugt gekauft. Auch im Bereich des Merchandise gibt es einen Kriterienkatalog zur Auswahl neuer Produkte, wo ebenfalls viel Wert auf Regionalität sowie Nachhaltigkeit im Sinne von Umweltfreundlichkeit und Sozialverträglichkeit gelegt wird. Die Verkaufsprodukte im Café im Haus der Schwarzen Berge in Oberbach sind größtenteils Produkte mit dem Qualitätssiegel Rhön von Betrieben im Dachmarke Rhön e.V. Netzwerk.

Bei öffentlichen Ausschreibungen werden je nach Beschaffung Nachhaltigkeitskriterien eingebunden. Bisher wurde die Anschaffung regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte nicht separat für alle Beschaffungsprozesse erfasst.

	Einheit	2022		
Anteil (%) regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte	%	9,21 <sup>18</sup>		

## 4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

Die Rhön GmbH hat Kenntnis von aktuellen Daten zur Beschäftigung im Tourismus, beispielsweise über die Statistischen Landesämter, IHKs, DEHOGA oder die Landestourismusorganisationen. Zusammen mit Branchenverbänden und politischen Institutionen werden Themen wie Saisonarbeit und Teilzeit, einheimische Beschäftigung, Fachkräftemangel und demografischer Wandel aufgegriffen und nach Möglichkeit begleitet.

	Einheit	2022		
Anzahl der im Tourismus (Gastgewerbe) beschäftigten Personen	Anz	13.450 <sup>19</sup>		
Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe	Anz	265 <sup>20</sup>		
Anzahl der Gastgewerbe	Anz	ca. 2.060 <sup>21</sup>		
Anzahl der Beschäftigten in anderen touristischen Bereichen	Anz	2.500 <sup>22</sup>		

<sup>18</sup> Anteil an Ausgaben für Regionalprodukte im Verkauf im Café in Oberbach an allen unternehmerischen Beschaffungskosten.

<sup>19</sup> Bundesagentur für Arbeit, Branchen im Fokus, Kreise & kreisfreie Städte: Fulda, Rhön-Grabfeld, Bad Kissingen, Schmalkalden-Meiningen (gesamt) und Wartburgkreis (gesamt). Berücksichtigung der Branchen Beherbergung (Nr. 55) und Gastronomie (Nr. 56): <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Branchen-im-Fokus/Branchen-im-Fokus-Nav.html>

<sup>20</sup> Wert umfasst bayerische und hessische Rhön mit Landkreisen Bad Kissingen, Rhön-Grabfeld und Fulda. IHK Würzburg-Schweinfurt und IHK Fulda. Berufsgruppen: Fachkraft für Gastronomie (ehem. Fachkraft im Gastgewerbe), Fachkraft Küche, Fachmann/-frau für Restaurant- und Veranstaltungsgastronomie (ehem. Restaurantfachmann/-frau), Hotelfachmann/-frau, Hotelkaufmann/-frau, Koch/Köchin.

<sup>21</sup> Unternehmen nach Wirtschaftszweigen/ Branchenstruktur von IHK Fulda, IHK Würzburg, IHK Südthüringen (Zahlen für gesamten Landkreis Schmalkalden-Meiningen) und Unternehmensdatenbank Wartburgkreis.

<sup>22</sup> Bundesagentur für Arbeit, Branchen im Fokus, Kreise & kreisfreie Städte: Fulda, Rhön-Grabfeld, Bad Kissingen, Schmalkalden-Meiningen (gesamt) und Wartburgkreis (gesamt). Berücksichtigung der Branchen Reisebüros,-

## 5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft

### 5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt

Die Rhön GmbH ist über die Ist-Situation der Ökosysteme in der Destination sowie zu den wesentlichen positiven, wie negativen Auswirkungen der touristischen Aktivitäten auf Natur und Umwelt informiert. Touristische Aktivitäten, die verstärkt Umweltrisiken bergen, werden identifiziert und der Umgang mit diesen Aktivitäten wird aktiv diskutiert. Durch die sehr gute Zusammenarbeit und den regelmäßigen Austausch mit den Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön und den Naturparks Bayerische und Hessische Rhön sowie weiterer Akteure werden Maßnahmen zur Vermeidung und Reduzierung von Umweltrisiken erarbeitet.

	Einheit	2022	2023	
Anteil der als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche	%	51,99 <sup>23</sup>	51,99	

### 5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren

Es gibt eine aktive und enge Zusammenarbeit zwischen der Rhön GmbH und den Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön sowie dem Naturpark Bayerische Rhön und dem Naturpark Hessische Rhön. Ein sehr intensiver Austausch besteht beispielsweise zu den Themen Wandern, Radfahren und hinsichtlich des Sterneparks, da die Infrastruktur (z.B. Pflege, Beschilderung, Ausstattung der Wege) vorrangig durch die Naturparke betreut wird. Neben einem intensiven Austausch innerhalb der Projektarbeit, finden quartalsweise Jour Fixe Termine zur übergeordneten Abstimmung statt. Hierdurch setzt man sich gemeinsam für die Konfliktreduktion zwischen Tourismus- und Naturschutzakteuren ein und analysiert kontinuierlich potenzielle Konfliktbereiche.

### 5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

Die Rhön GmbH und insbesondere die Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön und die Naturparke Bayerische und Hessische Rhön setzen sich für den Erhalt der biologischen Vielfalt in der Region ein.

Gäste werden über Kommunikationsmittel von den Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön und den Naturparks, über Beschilderungen oder das Tourenportal Rhön zum richtigen Besucherverhalten informiert.

Durch gemeinsame Projekte wird die biologische Vielfalt für den Gast in der Destination erlebbar gemacht. Es gibt zum Beispiel Führungen durch zertifizierte Natur- und Landschaftsführer\*innen (ZNLer) oder zertifizierte Sterneparkführer\*innen.

Darüber hinaus führen die Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön und die Naturparke Bayerische und Hessische Rhön zahlreiche Maßnahmen dazu durch und sensibilisieren für den Erhalt der biologischen Vielfalt oder den Umgang mit gebietsfremden invasiven Arten.

---

veranstalter und sonstige Reservierungsdienstleister (Nr. 79), Sonstige Personenbeförderung im Landverkehr (Nr. 493), Messe, Ausstellungs- und Kongressveranstalter (Nr. 823), Erbringung von sonstigen Dienstleistungen der Unterhaltung und Erholung (Nr. 932). <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Branchen-im-Fokus/Branchen-im-Fokus-Nav.html>

<sup>23</sup> Als Berechnungsgrundlage dient die Fläche des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön mit 2.433,23 km<sup>2</sup>. Darin befinden sich Naturschutzgebiete, Naturwaldreservate, FFH-Gebiete, Vogelschutzgebiete und Naturparke.

## 5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

Spätestens seit der Anerkennung durch die UNESCO als Biosphärenreservat ist der Erhalt des regionaltypischen Landschafts- und Ortsbildes in der Rhön von elementarer Bedeutung. Die Rhön ist eine historisch gewachsene und vom Menschen geprägte Kulturlandschaft. Die Landschaft ist dabei geprägt von der landwirtschaftlichen Nutzung. Durch die Beweidung der Wiesen wird verhindert, dass diese sich wiederbewalden. Daher gibt es noch heute viele Grünlandflächen, artenreiche Bergwiesen und magere Weidegebiete. Das einzigartige Landschaftsbild der Rhön und die historisch gewachsene und vom Menschen geprägte Kulturlandschaft machen die Region zum Land der offenen Fernen.

Der Erhalt dieser Kulturlandschaft wird mit diversen Projekten, Initiativen und Bestrebungen in enger Abstimmung von der Rhön GmbH, dem Dachmarke Rhön e.V., den Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön, den Naturparks Bayerische und Hessische Rhön, dem Verein Natur- und Lebensraum Rhön (VNLR), dem Rhönforum, den Touristischen Arbeitsgemeinschaften und Allianzen und weiteren regionalen Stakeholdern vorangetrieben. Beispielhaft sind Projekte wie die Rhönschaf Erlebniswochen oder die RhönWollets als natürliche Düngepellets zu nennen, um das Traditionshandwerk der Schäfer und die Haltung des einst fast ausgestorbenen Rhönschafs als wichtigen Landschaftspfleger zur Offenhaltung der wertvollen Flächen zu unterstützen.

Darüber hinaus gibt die Rhön GmbH bei Förderanträgen für die Entwicklung bzw. Verbesserung touristischer Infrastruktur, z.B. über LEADER, Stellungnahmen zur Projektskizze ab und bewertet, ob das angestrebte Projekt zur strategischen Entwicklung der Destination passt, welche auf die Erhaltung des regionaltypischen Landschafts- und Ortsbildes abzielt.

## 5.5 Regional abgestimmte Besucher\*innen-Lenkung

Für die Planung und Umsetzung sowie Pflege der touristischen Wegeinfrastruktur sind die Landkreise, die Kommunen, die Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats und die Naturparke Bayerische und Hessische Rhön sowie der Forst und in Teilen der Rhönklub e.V. zuständig. Die Rhön GmbH arbeitet mit den genannten Stellen, z.B. dem Wanderwegekoordinator der Rhön, intensiv zusammen. Die Wege, insbesondere der Premiumwanderweg DER HOCHRHÖNER® und die vom Deutschen Wanderinstitut zertifizierten Extratouren sind einheitlich und durch eine hochwertige Beschilderung gekennzeichnet.

Im Rahmen der Besucherlenkung wird auf eine Konfliktvermeidung zwischen verschiedenen Nutzergruppen geachtet. Nach Möglichkeit werden beispielsweise getrennte Wander- und Radwege ausgewiesen. Im Falle einer gemeinsamen Wegenutzung werden im Tourenportal Hinweise an Gäste zur Bitte um Rücksichtnahme anderer Nutzenden gegeben.

## 5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen

Die Rhön GmbH verfügt über kein Firmengelände und hat nur bedingt Einfluss auf eine naturnahe Gestaltung von Liegenschaften oder Außenanlagen. Die DMO hat ihren Hauptsitz im Biosphärenzentrum Rhön "Haus der Schwarzen Berge" in Wildflecken-Oberbach. Neben den Büroräumen der Rhön GmbH und des Naturparks Bayerische Rhön befindet sich im Gebäude eine Tourist-Information und ein Café mit Regionalwarenladen (Verkauf von Produkten von Partnern des Dachmarke Rhön e.V.) sowie eine Ausstellung zur Umweltbildung. Die Außenanlage dient zum Teil als Sitzfläche für Gäste des Cafés. Dieser Bereich wird von der Rhön GmbH genutzt und umfasst z.B. Blumenkübel mit saisonalen Bepflanzungen. Darüber hinaus gibt es einen kleinen botanischen Garten mit regionaler Bepflanzung des Naturparks.



Abbildung 4 Haus der Schwarzen Berge Wildflecken-Oberbach

## 6. Umwelt: Ressourcenmanagement

### 6.1 Handlungsfelder des Klimawandels

Die Rhön GmbH ist informiert über regionale Klimaschutzkonzepte<sup>24</sup> sowie über die wichtigsten Risiken des Klimawandels für den Tourismus und steht im Austausch mit den Klimamanager\*innen der Landkreise und der Verwaltungsstellen des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön. Im Rahmenkonzept des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön aus dem Jahr 2018, welches unter großer Beteiligung verschiedener Akteure (auch Mitarbeiter\*innen der Vor-Firmen der Rhön GmbH) erstellt wurde, sind Ziele und Maßnahmen für das Themenfeld Energie und Klimaschutz benannt. Konkrete Handlungsfelder für den Tourismus wurden noch nicht schriftlich abgeleitet.

### 6.2 Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte

Im Jahr 2019 wurde unter Beteiligung relevanter Akteure ein touristisches Mobilitätskonzept für die Rhön erstellt. Darin sind sechs Handlungsfelder rund um das ÖPNV-Angebot, integrierte Produkte und innovative Mobilitätsangebote, die Kommunikation und Digitalisierung sowie die Lenkung des Pkw-Verkehrs enthalten.

---

<sup>24</sup> Der Wartburgkreis hat z.B. bereits ein integriertes Klimaschutzkonzept erstellt: [klimaschutzkonzept.pdf \(wartburgkreis.de\)](https://www.wartburgkreis.de/klimaschutzkonzept.pdf) Die Landkreise Bad Kissingen und Rhön-Grabfeld arbeiten an der Erstellung eines integrierten Klimaschutzkonzeptes. Die Stadt Fulda befindet sich in der Überarbeitung des integrierten Klimaschutzkonzeptes aus dem Jahr 2013.

Die Rhön GmbH arbeitet seitdem an der Umsetzung der in ihrer Zuständigkeit fallenden Handlungsfelder und hat bereits Maßnahmen zur Kommunikation bestehender Mobilitätsangebote, Integration des ÖPNV in touristische Produkte sowie zur Sensibilisierung von Touristern und Betrieben umgesetzt.

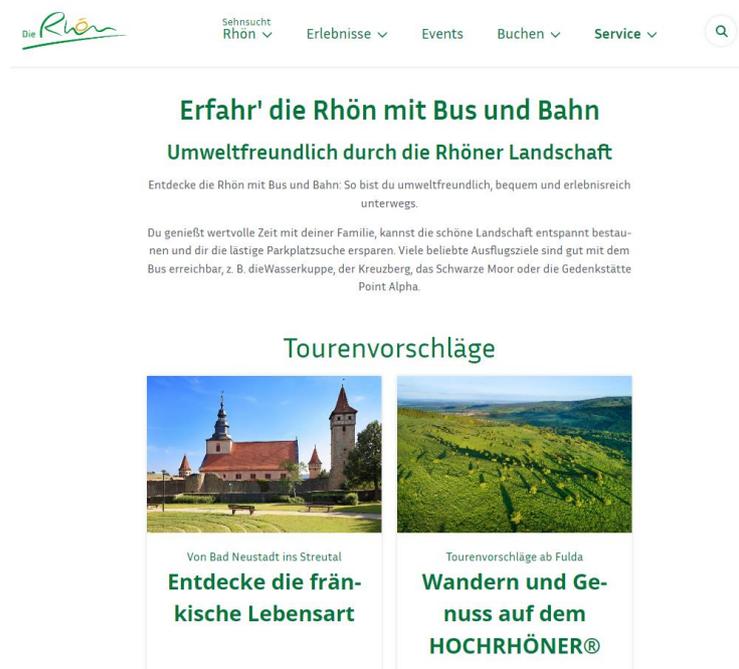
### 6.3 Umweltschonende An- und Abreise

Die Rhön GmbH gibt selbst Gästeinformationen im Hinblick auf die Anreisemöglichkeiten mit umweltfreundlichen und/oder öffentlichen Verkehrsmitteln und motiviert auch die touristischen Leistungsträger, ihre Gäste entsprechend zu informieren, beispielsweise durch Bereitstellung von Informationsmaterialien.

	Einheit	2022	2023	
Verteilung der Verkehrsmittelwahl bei Gästeankünften	%	Nicht erfasst		

### 6.4 Umweltverträgliche Mobilität vor Ort

Die Rhön GmbH führt Initiativen und Maßnahmen durch, um die Nutzung von umweltfreundlichen Transportmitteln bei den Gästen zu steigern und eine umweltverträgliche Freizeitmobilität zu bewerben. Neben einer Sensibilisierungskampagne mit regional abgestimmten Plakaten zu ÖPNV-Verbindungen für Tourist-Informationen und Betrieben im Jahr 2021/2022, gab es eine Kommunikationskampagne für die Anreise mit dem Deutschlandticket. Darüber hinaus werden auf der Webseite ([www.rhoen.info/oepnv](http://www.rhoen.info/oepnv)) konkrete Tourenvorschläge für Wanderungen oder Ausflüge z.T. mit Einkehrmöglichkeiten gegeben.



The screenshot shows the website interface for 'Die Rhön'. At the top, there is a navigation bar with the logo 'Die Rhön' on the left and menu items: 'Sehnsucht Rhön', 'Erlebnisse', 'Events', 'Buchen', and 'Service'. A search icon is on the right. The main content area features a green heading 'Erfahr' die Rhön mit Bus und Bahn' followed by the sub-heading 'Umweltfreundlich durch die Rhöner Landschaft'. Below this, there is a short paragraph in German encouraging eco-friendly travel. Underneath, there is a section titled 'Tourenvorschläge' with two image-based cards. The first card shows a church and is titled 'Entdecke die fränkische Lebensart'. The second card shows a landscape and is titled 'Wandern und Genuss auf dem HOCHRHÖNER®'.

### 6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben

In der Destination wurden bisher noch keine Kampagnen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion und zum umweltfreundlichen Verhalten in touristischen Betrieben durch die Rhön GmbH initiiert und unterstützt. Eine Erfassung aktueller Verbrauchszahlen in Betrieben erfolgt derzeit nicht.

## 6.6 Wasserverbrauch und Abfallaufkommen

Die Rhön GmbH wird von den Landkreisen bzw. entsprechenden Stellen zu kritischen Werten der Badewasserqualität der Gewässer sowie Trinkwasserqualität informiert und weist darauf hin.

In der Destination werden derzeit keine Kampagnen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs und des Abfallaufkommens in touristischen Betrieben initiiert oder unterstützt und keine Informationen dazu bereitgestellt.

## 6.7 Lärm, Luft- und Wasserqualität

In der Destination werden durch die Rhön GmbH aktuell keine Maßnahmen zur Reduzierung von tourismusbedingtem Lärm und zur Steigerung von Luft- und Wasserqualität durchgeführt.

Im Destinationsgebiet gibt es sechs Luftkurorte, einen heilklimatischen Kurort und sieben Heilbäder.

## 6.8 Energieeffizienz

Die Rhön GmbH hat Kenntnis über den Energieverbrauch des eigenen Betriebs und strebt eine Reduktion des Verbrauchs sowie die vermehrte Nutzung erneuerbarer Energien an.

	Einheit	2022	2023
Stromverbrauch pro Mitarbeitende und Jahr	kWh	784,99 <sup>25</sup>	
Heizenergieverbrauch pro Mitarbeitende und Jahr	kWh	2.748,62	
Dienstreisen pro Jahr	km	47.366 <sup>26</sup>	
Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	35,3 <sup>27</sup>	

## 6.9 Wasser

Die Rhön GmbH misst jährlich den Wasserverbrauch und strebt eine Reduzierung des Verbrauchs an.

## 6.10 Abfall

Die Rhön GmbH misst das Abfallaufkommen und versucht dieses stetig zu reduzieren.

	Einheit	2022 <sup>28</sup>	2023
Abfallaufkommen Restmüll pro Mitarbeitenden und Jahr	l	252,97	
Abfallaufkommen Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	l	1.248,65	

<sup>25</sup> Stromverbrauch und Heizenergieverbrauch am Hauptsitz der Rhön GmbH in Wildflecken-Oberbach, bezogen auf Anzahl Beschäftigte in Oberbach. Prozentuale Schätzung der Verbrauchswerte anhand Nutzungsfläche, da keine eigenen Verbrauchszähler. Gesamtverbrauch inklusive Ausstellung und Café im Haus der Schwarzen Berge.

<sup>26</sup> Wert setzt sich zusammen aus 44.446 PKW-Km und 2.920 Bahn-Km.

<sup>27</sup> Anteil an erneuerbaren Energien im Energieträgermix gemäß Stromkennzeichnung am Hauptsitz in Oberbach. Wärmeenergie nicht aus erneuerbaren Energien.

<sup>28</sup> Schätzung anhand von Tonnengrößen und Abfuhrtagen im Jahr. Angaben beziehen sich alle auf das Abfallaufkommen und die Beschäftigten am Hauptsitz in Oberbach, einschließlich Café.

Abfallaufkommen Plastik pro Mitarbeitenden und Jahr	l	291,89		
---	---	--------	--	--

## 6.11 Papier

Die Reduzierung des Papierverbrauchs ist ein wichtiger Aspekt im internen Nachhaltigkeitsmanagement der Rhön GmbH. Die DMO nutzt bisher vornehmlich FSC-Papier und strebt zukünftig eine vermehrte Nutzung von Recyclingpapier für die Bürokommunikation und Printprodukte an.

Für einen bedarfsgerechten Druck von Printprodukten für die Vermarktung werden Erfahrungswerte zur Abschätzung notwendiger Auflagenzahlen herangezogen. Mögliche Einsparmöglichkeiten und digitale Kommunikationsalternativen werden mit der Kommunikationsabteilung stetig geprüft.

	Einheit	2022	2023	
Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	5,54 <sup>29</sup>		
Gesamtgewicht Kataloge	kg	13.817		
Anteil an Recyclingpapier	%	0		
Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	100		
Anteil an FSC/PEFC-Papier Kataloge	%	100		

## 6.12 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten

Innerhalb der Rhön GmbH werden Maßnahmen durchgeführt, die ein umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden unterstützt. Ein interner Leitfaden dient als Hilfestellung für einen nachhaltigen Büroalltag und beinhaltet Richtlinien für eine nachhaltige Beschaffung.

In den Büroräumen und den Küchen gibt es verschiedene Müllbehälter für die Trennung von Abfall.

Der Kaffee im Büro („Biosphäre<sup>2</sup> – Peru trifft Rhön“) stammt aus nachhaltiger Landnutzung und entstand aus einer erfolgreichen Zusammenarbeit des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön, der Rhön GmbH und dem Biosphärenreservat Oxapampa-Asháninka-Yánesha (Peru).

Für die Bewirtung werden zudem Wasserflaschen aus regionaler Herkunft angeboten. Am Hauptsitz in Oberbach im Café mit Regionalladen gibt es regionale Produkte und Kuchen von Partnerbetrieben des Vereins Dachmarke Rhön.

Zugfahrten sind für Dienstreisen zu bevorzugen. Für Fahrten innerhalb der Rhön stehen Geschäftsautos zur Verfügung.

## 7. Soziales: Kultur und Identität

### 7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern

Im Rahmen der Entwicklung eines bundesländerübergreifenden Destinationsmarketings wurden fünf Themenwelten herausgearbeitet, auf die sich alle Aktivitäten der Rhön GmbH ausrichten: Wandern mit Weitblick, Gesundheit mit Weitsicht, Zentrum für Abenteurer, Heimat des Handwerks und der Kreativität, Die Kunst, Feste zu feiern.

<sup>29</sup> Als Berechnungsgrundlage dient die im Jahr 2022 beschaffte Papiermenge, da Verbrauchsmenge nicht ermittelt werden kann. Werte beziehen sich nur auf Papieraufkommen und Beschäftigte in Oberbach.

Innerhalb der Themenwelten werden Maßnahmen zum Schutz und Erhalt von Kulturgütern durchgeführt. Darüber hinaus werden tourismusrelevante Kulturgüter in den Kommunikationsmedien für Gäste dargestellt.

Die Rhön GmbH setzt sich zudem in der operativen Umsetzung mit dem Verein Dachmarke Rhön e.V. und der Zertifizierung des Qualitätssiegels Rhön für den Erhalt von regionalen Wertschöpfungsketten und damit verbunden mit dem Erhalt regionaler Betriebe des (Lebensmittel-)Handwerks ein. Dies trägt zum Erhalt der Handwerkskunst in der Rhön bei.

## 7.2 Kulturelle Identität

Die Besonderheiten des immateriellen Kulturerbes werden in den Kommunikationsmitteln der Destination aufgegriffen und eingebunden. Es werden beispielsweise saisonale Traditionen, Feste oder handwerkliche Fertigkeiten kommuniziert (z.B. Osterbräuche, Fasching, Maskenfasnacht, regionale Produkte und deren Erzeugung). Darüber hinaus wird die Rhöner Mundart bzw. regionale Dialekte über Lautschrift oder Begriffe in den Kommunikationsmitteln mit abgebildet oder im Gespräch dem Gast nähergebracht. Regionale Produkte der Partnerbetriebe im Dachmarke Rhön e.V. können zudem in vielen Regionalläden erworben werden.

## 8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität

### 8.1 Menschenrechte

Die Rhön GmbH kennt bestehende Rechtsvorschriften zur Einhaltung der Menschenrechte in Deutschland und garantiert die Einhaltung in ihren touristischen Aktivitäten dieser.

### 8.2 Risikomanagement

Die Rhön GmbH wird auf akute Sicherheits- und Gesundheitsrisiken für Touristen von entsprechenden Stellen hingewiesen und leitet situationsbedingte Maßnahmen für den Schutz von Touristen ein. Ein Krisen- bzw. Risikomanagementplan existiert nicht.

### 8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen

Die Rhön GmbH steht mit Verbänden (z.B. DEHOGA, IHK) und anderen Institutionen zur Unterstützung von Beschäftigungsqualität und familienfreundlichen Arbeitsbedingungen in touristischen Betrieben der Destination im Austausch und ist in einzelne Initiativen involviert.

### 8.4 Zufriedenheit der Lokalbevölkerung

An die Rhön GmbH zugetragene Erwartungen und Bedenken der lokalen Bevölkerung mit dem Tourismus werden analysiert, bewertet und in Projekte integriert.

Im Jahr 2022 wurde eine Tourismusakzeptanzstudie für den hessischen Tourismus durchgeführt. Die Kerneergebnisse für den hessischen Teil der Destination Rhön zeigen ein überdurchschnittliches Tourismusakzeptanzsaldo. Sowohl für die Bewertung der Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort als auch auf die persönlichen Auswirkungen wurden gute Werte erzielt. Eine länderübergreifende Studie für die gesamte Rhön liegt noch nicht vor.

## 8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement

Die Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen findet aktuell insbesondere zum Thema Wandern statt und umfasst die Abstimmung mit Mitgliedern des Rhönklub e.V. für den Erhalt der Wanderinfrastruktur. Darüber hinaus wird in Projekten mit zertifizierten Natur- und Landschaftsführer\*innen und Sternenparkführer\*innen zusammengearbeitet.

## 8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO

Die Rhön GmbH bietet sehr familienfreundliche Arbeitsbedingungen sowie Maßnahmen zur Erhöhung der Attraktivität der Beschäftigung über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus.

Neben der Möglichkeit für mobiles Arbeiten besteht (mit Einschränkung im Bereich Service durch festgelegte Dienstpläne) die Möglichkeit der flexiblen Arbeitszeitgestaltung. Es gibt eine flache Unternehmenshierarchie und ein hohes Maß an eigenverantwortlichem Arbeiten.

	Einheit	2022	2023	
Anzahl Festangestellte (Volläquivalente)	Anz	31,55	29,4	
Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anz	0	0	

## 8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO

Die Rhön GmbH ermittelt durch wiederkehrende Gespräche die Mitarbeitenden-Zufriedenheit. Im Rahmen des Zertifizierungsprozesses zum Nachhaltigen Reiseziel wurde erstmals eine Mitarbeitenden-Zufriedenheitsbefragung in der Rhön GmbH durchgeführt. Eine regelmäßige Durchführung der Umfrage ist ab sofort geplant.

	Einheit	2022		
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	72 <sup>30</sup>		
Rücklaufquote der Mitarbeitenden-Befragung	%	85,3		

## 8.8 Toleranz und Inklusion

Die Rhön GmbH garantiert 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.

## 8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit

Im Rahmen des internen Nachhaltigkeitsmanagements wird es zukünftig von der Nachhaltigkeitsbeauftragten Schulungen für die Mitarbeitenden der Rhön GmbH zu Nachhaltigkeitsthemen geben. Diese werden in Dienstberatungen und betriebliche Veranstaltungen integriert. Einen konkreten Schulungsplan gibt es hierfür noch nicht.

Darüber hinaus steht allen Beschäftigten flexibel die Möglichkeit zur Teilnahme an Schulungen bereit.

<sup>30</sup> Durchführung der Umfrage im Juli bis August 2023 – 34 gültige Antworten. Bei der Durchführung gab es technische Schwierigkeiten, was zu einer geringeren Rücklaufquote führte.

Die Rhön

**Rhön GmbH –  
Gesellschaft für Tourismus  
und Markenmanagement**

Rhönstraße 97  
97772 Wildflecken-Oberbach

Tel: +49 9749 930080-0  
Mail: [kontakt@rhoen.info](mailto:kontakt@rhoen.info)

[www.rhoen.info](http://www.rhoen.info)