
Kriterien für ein nachhaltiges Angebot

Ausschlusskriterien:

- ✓ Angebote, die nicht im Einklang mit den Zielen des UNESCO-Biosphärenreservats stehen
- ✓ Ökosystem-schädliche Aktivitäten, welche durch Betreten, Lärm, Entnahme zu kommerziellen Zwecken o.ä. den Bestand von Ökosystemen oder deren Flora und Fauna stark negativ beeinträchtigen oder gefährden
- ✓ Aktivitäten, die durch Lärm- und Schadstoffemissionen Natur und Umwelt belasten und den Erholungswert negativ beeinträchtigen
- ✓ Angebote, die mit sozialer Ausbeutung einhergehen (minderwertige Arbeitsbedingungen, kein Mindestlohn, unzureichende Sicherheit etc.)

Angebote, die im Grundsatz keine nachhaltige Ausrichtung verfolgen, sind bewusst nicht als nachhaltig zu kommunizieren - hierzu zählen z.B. motorisierte Angebote ohne emissionsarme Antriebsformen.

Kurzfassung der wichtigsten Aspekte

1. Benenne immer alternative Anreisemöglichkeiten wie ÖPNV
2. Berücksichtige die Besucherlenkung bei der Routen- und Ortswahl
3. Verwende regionale Produkte (z.B. bei Speisen und Getränken) und vermeide Abfälle
4. Kommuniziere ehrlich und authentisch zu den Angeboten und den Gegebenheiten vor Ort und vermeide Verschönerungen
5. Beachte Umwelt- und Sozialverträglichkeit bei der Anschaffung von notwendigen Werbeartikeln

1. An- und Abreise/ Mobilität vor Ort:

- ✓ Mobilitätsaspekte werden im Angebot immer mit kommuniziert
 - Wie ist das Angebot erreichbar? Wie sind die Gegebenheiten vor Ort?
- ✓ Information zu emissionsarmen Mobilitätsformen erfolgt immer vorangestellt
 - Z.B. ÖPNV und alternative Mobilitätsformen wie Shuttle-Service, zu Fuß, per Rad, E-Bike, E-Auto usw.
 - Tipp: Berücksichtigung von Fahrzeiten bei der Festlegung von Treffpunkt und Uhrzeit

2. Aufenthalt vor Ort:

- ✓ Berücksichtigung der Ziele des UNESCO-Biosphärenreservats Rhön | Motto: „Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Natur“
 - Beachtung von Umweltschutzvorgaben
 - Engagement für Artenreichtum/Biodiversität/Ressourcenschonung
 - Soziales Engagement für die Region Rhön und Mitarbeitende im Betrieb
 - Lebensraumgestaltung: Angebote mit und für Einheimische schaffen

- ✓ Verantwortung für Besucherlenkung wahrnehmen
 - Bewusste Auswahl von Routen, besuchten Orten usw.
 - Berücksichtigung Wegegebot
 - Offene Kommunikation an Gäste, z.B. Hinweis zu korrektem Verhalten

Tipp: Auf der Webseite vom UNESCO-Biosphärenreservat Rhön werden Hinweise zum Verhalten in Schutzgebieten ([Schutzgebiete erleben | Biosphärenreservat Rhön](#)) sowie Tipps für naturverträgliches Verhalten gegeben ([Naturverträgliches Verhalten | Biosphärenreservat Rhön](#))
- ✓ Vernetzung mit regionalen Akteuren in der Rhön
 - Angebotsgestaltung mit ortsansässigen Anbietern oder Vereinen (z.B. Rhönklub, ZNLer, Wandern ohne Gepäck oder Verein Sternenpark Rhön e.V.)
 - Bekenntnis zur Rhön (z.B. über aktive Mitgliedschaft im Dachmarke Rhön e.V.)

3. Verpflegung:

- ✓ Angebotene oder beworbene Getränke und Lebensmittel stammen aus der Rhön
 - Produkte des Qualitätssiegels Rhön werden bei Angeboten sichtbar dargestellt
- ✓ Herstellung eines klar erkennbaren Bezugs zur Rhöner Kultur (z.B. regionaltypische Gerichte anbieten oder traditionelle Herstellungsverfahren stärken)
- ✓ Transparenz in Bezug auf Verpflegungs-Angebote bieten
 - Hinweis zur Verfügbarkeit von vegetarischer oder veganer Küche und hinsichtlich Nahrungsmittelunverträglichkeiten (Transparenz und Information)
- ✓ Abfallvermeidung
 - Verzicht auf Einwegbehältnisse/-geschirr, Verwendung recycelter Materialien oder bevorzugt Verwendung von Mehrwegsystemen

4. Kommunikation:

- ✓ Spezifische, ehrliche und zielgruppenangepasste Benennung und Beschreibung der Angebote
- ✓ Verzicht auf Übertreibungen und Verschönerungen (insb. im Hinblick auf Nachhaltigkeitsleistung)
 - Tipp: Allgemeine Umweltaussagen (z.B. „umweltfreundlich“, „umweltschonend“, „grün“, „naturfreundlich“, „ökologisch“, „klimafreundlich“, „umweltverträglich“, „CO2-freundlich“, „energieeffizient“) sind zukünftig nur mit Nennung von Nachweisen als Beleg der Aussage zulässig (Hintergrund: EU Green Deal mit Richtlinie EmpCo)
- ✓ Zielgruppenspezifische Online-Buchbarkeit der Angebote bieten
 - Angebot für Erlebnisbuchbarkeit der Rhön GmbH www.rhoen.info/erlebnisse-buchen

5. Werbematerialien/Give-Aways:

- ✓ Die Beschaffung von Werbematerialien erfolgt unter Berücksichtigung von umwelt- und sozialverträglichen Aspekten (z.B. Recyclingpapier, CO2-Kompensation, Bewusste Wahl von Lieferanten und Herkunft der Produkte usw.)
- ✓ Es erfolgt regelmäßig eine Evaluation und Anpassung hinsichtlich von Bestell- und Absatzmengen für eine verbrauchsgerechte Nutzung
- ✓ Empfehlung: Nach Möglichkeit Dienstleister oder Produkte aus der Rhön bevorzugen

6. Barrierefreiheit:

Was ist barrierefreier Tourismus?

Barrierefrei sind touristische Angebote, wenn sie für alle Menschen - z.B. gehbehinderte Gäste, Familien mit Kinderwagen und Menschen im Rollstuhl - einfach und ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind. Auch Seh- und Höreinschränkungen sind verbreitet.

Umsetzungstipp: „Praktikerleitfaden Barrierefreier Tourismus“

Kostenfrei zum Download: <https://tourismus.bayern/services/publikationen/> (ganz unten)

- ✓ Transparente Informationen bieten und Hinweise zu den Gegebenheiten vor Ort geben
- ✓ Barrierefreiheitsstärkungsgesetz beachten (z.B. bei Online-Buchungstools, bei Informationen zur Barrierefreiheit auf der Webseite oder bei Selbstbedienungsterminals usw.)
- ✓ Tipp: Das System „Reisen für Alle“ prüft und bewirbt barrierefreie touristische Angebote deutschlandweit. Jeder Tourismus-Anbieter kann sich prüfen lassen.