



Für ein nachhaltiges Berlin

Update zum Nachhaltigkeitsengagement von *visitBerlin* (2023)

Inhalte

3	Vorwort
4	Meilensteine und Auszeichnungen 2022/23
5	Kapitel 1 – Unsere Basis
6	<u>Nachhaltige Strategien für die Destination Berlin</u>
8	<u>Stadtverträglich und nachhaltig</u>
9	<u>Wir stellen uns dem internationalen Vergleich</u>
10	<u>Gemeinsam für eine nachhaltigere Visitor Economy</u>
11	<u>Die Sustainable Development Goals</u>
12	<u>Deutscher Nachhaltigkeitskodex</u>

13	Kapitel 2 – Unser Weg zur Nachhaltigkeit
14	<u>Handlungsfelder und Ziele</u>
15	<u>Handlungsfeld Unternehmensführung</u>
16	– <u>Charta der Vielfalt</u>
18	– <u>Geschäftsreisemanagement</u>
20	– <u>Reduktion des internen Papierverbrauchs</u>
22	– <u>Eigenveranstaltungen (nach Sustainable Event Guidelines Berlin)</u>
24	<u>Handlungsfeld Tourismusmarketing</u>
25	– <u>Webseiten Nachhaltigkeit</u>
27	– <u>Sustainable Event Guidelines</u>
29	– <u>MEET+CHANGE</u>
31	– <u>Zielgruppensegmentierung</u>
33	– <u>15-Minuten-Stadt</u>

35	<u>Handlungsfeld Tourismusmanagement</u>
36	– <u>TourismusHub</u>
38	– <u>Sustainable Berlin</u>
40	– <u>Going Local</u>
42	– <u>Reisen für Alle</u>
44	– <u>HIER IN BERLIN</u>
46	<u>Handlungsfeld Produktentwicklung & Vertrieb</u>
47	– <u>Berlin Welcome Card mit digitalen Guides</u>
49	– <u>Berlin CityTourCard</u>
51	– <u>Bahnhit</u>
53	Ausblick
54	Kontakt
56	Impressum

Vorwort

Liebe Lesende,

Berlin steht für Aufbruch, Internationalität, Toleranz, Weltoffenheit und Freiheit. Berlin ist ein Ort des Fortschritts sowie der gesellschaftlichen Innovation und Emanzipation. Als Melting Pot und Inkubator vielfältiger Lebensstile und -entwürfe ist Berlin zum Sehensuchtsort des gesellschaftlichen Aufbruchs geworden.

Der Tourismus und die Kongresswirtschaft tragen nicht nur zur Vielfalt, Lebensqualität und Attraktivität Berlins bei; Tourismus ist auch die größte Friedensbewegung der Welt. Er bringt Menschen zusammen, bildet, macht die Stadt bunter, sichert Arbeitsplätze und ernährt die Akteur:innen der Visitor Economy. Diese positiven Effekte weiterhin durch einen florierenden Tourismus zu sichern, ist zentrale Aufgabe *visitBerlins*.

Gleichzeitig möchten wir bei *visitBerlin* unserer Verantwortung gerecht werden, um das Leben und Wirtschaften in der Hauptstadt zukunftssicher zu gestalten. Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen sowie die Destinationskriterien des Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) bieten uns dabei die Handlungsrahmen.

Mit der Neuausrichtung des Tourismuskonzepts 2018+, das eine nachhaltige und stadtverträgliche Entwicklung des Berlin-Tourismus fokussiert, haben wir uns auf den Weg gemacht und das Destinationsmanagement unter Einbeziehung aller Interessensgruppen in das Zentrum unserer Aktivitäten gerückt. Mit dieser ganzheitlichen Ausrichtung und der Weiterentwicklung von der reinen Vermarktung der Stadt hin zu einer holistischen Destinationsarbeit möchten wir Berlin zu einer der nachhaltigsten und stadtverträglichsten MICE- & Tourismusdestinationen Europas entwickeln.

Unsere *visitBerlin* Nachhaltigkeitspolitik macht deutlich, dass wir den Fokus konsequent und stetig immer weiter auf das nachhaltige Handeln ausrichten wollen.

Im Jahr 2021 haben wir eine unternehmenseigene Nachhaltigkeitsstrategie etabliert, um unsere Maßnahmen und Projekte noch zielgerichteter zu steuern. Wir haben strategische, langfristige Ziele entwickelt, an denen wir seither stetig im Sinne der kontinuierlichen Verbesserung arbeiten. Mit dieser Publikation wollen wir nun ein Update zum aktuellen Stand unserer Arbeit geben und anhand einiger Projektsteckbriefe zeigen, welche Maßnahmen wir auf dem Weg der Nachhaltigkeit bereits umgesetzt haben und welche Erfolge wir dabei erzielen konnten. Sofern nicht anders gekennzeichnet beziehen wir uns auf Errungenschaften bis Ende des ersten Halbjahres 2023. Außerdem möchten wir einen Ausblick geben, welche Pläne wir schmieden und was wir uns für die Zukunft vornehmen.

Um uns in die Richtung des nationalen Standards des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) zu orientieren, der eine Leitlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bietet, haben wir die Projekte den entsprechenden Themenfeldern des DNK zugeordnet. Wir möchten jedoch ausdrücklich darauf hinweisen, dass diese Publikation nicht den Anspruch eines vollumfassenden Nachhaltigkeitsberichtes hat. Vielmehr geben wir einen transparenten Einblick in unseren aktuellen Umsetzungsstand. So begeben wir uns auf den Weg eines zukünftigen Nachhaltigkeits-Reportings.

Wir sind noch nicht perfekt, sondern befinden uns auf einem Weg der konstanten Transformation und Optimierung. Dass es unabdinglich ist, diesen anzutreten, dessen sind wir uns sicher. Und laden all unsere Partner:innen, Mitstreiter:innen und Gäste ein, ihn mit uns zu gehen.



Ihre Sabine Wendt

Meilensteine und Auszeichnungen 2022/23

Auf dem Weg zu einer der nachhaltigsten Destinationen Europas – darauf sind wir stolz

In den zwei Jahren seit Veröffentlichung unserer Nachhaltigkeitsstrategie 2021 wurden *visitBerlins* Nachhaltigkeitsinitiativen national und international gewürdigt und ausgezeichnet. Hier stellen wir die wichtigsten Zwischenerfolge auf unserem Weg zu einer der nachhaltigsten Städtereisedestinationen Europas zusammen.



2021: Nachhaltigkeitsstrategie



SUSTAINABLE
TOURISM
BERLIN



2023: Die Kriterienkataloge der *visitBerlin*-Zertifizierungen „Sustainable Tourism Berlin“ und „Sustainable Meetings Berlin“ erhalten den Status „GSTC-recognised“



2023: Veröffentlichung der *visitBerlin* Sustainability Policy



2023: Best-Practice-Preis im Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusdestinationen“ für „Sustainable Meetings Berlin“



2023: Das BESTIVAL erhält für die Veranstaltungsplanung die Zertifizierung nach ISO 20121

2021 + 2022: Auszeichnungen als nachhaltiges Reiseziel: Berlin auf Platz 5 der Metropolen im Global Destination Sustainability Index

Unsere Basis

Kapitel 1

Die Grundsteine für unser Nachhaltigkeitsengagement.



Nachhaltige Strategien für die Destination Berlin

Unser Handlungsrahmen

Berliner Tourismuskonzept 2018+ - Rahmen für nachhaltige und stadtverträgliche Entwicklung

Das Tourismuskonzept 2018+ für Berlin hat die Neuausrichtung der Tourismusedwicklung unserer Stadt und gleichzeitig des Wandels *visitBerlins* von einer reinen Destinationsmarketingorganisation (DMO) hin zu einer Destinationsmarketing und -management-Organisation (DMMO) eingeläutet.

Es wurde in gemeinsamen Prozessen mit Stakeholdern und mit Unterstützung *visitBerlins* entwickelt und stellt seither den Rahmen für die Tourismusedwicklung Berlins dar. Es setzt einen stadtverträglichen und nachhaltigen, sowie qualitativen Tourismus in den Fokus.

Eingeflossen ist *visitBerlins* Expertise des internationalen Tourismus- und Kongressmarketings und aus dem Projekt "HIER IN BERLIN" sowie Erfahrungswerte durch den Austausch mit anderen Destinationen. Durch den Senat wurde *visitBerlin* für ausgewählte Projekte mit der Umsetzung beauftragt.

visitBerlin Nachhaltigkeitsstrategie - Corporate Social Responsibility

Durch die Entwicklung einer unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsstrategie im Jahr 2021 wurden die Ziele des Tourismuskonzepts 2018+ auf den Handlungsspielraum *visitBerlins* zugeschnitten, so dass unsere Aktivitäten zur nachhaltigen Entwicklung noch zielgerichteter gemanagt werden können.

Darüber hinaus haben wir mit der Nachhaltigkeitsstrategie auch den Blick für interne Nachhaltigkeitsaspekte gezielt geschärft, denn ein verantwortungsbewusster Umgang mit Ressourcen ist uns auf jeder Ebene wichtig.

Die Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen sowie die Destinationskriterien des Global Sustainable Tourism Councils (GSTC) bieten uns die Handlungsrahmen.

Wir wollen Treiber der nachhaltigen Tourismusedwicklung in Berlin sein und mit gutem Beispiel vorangehen.

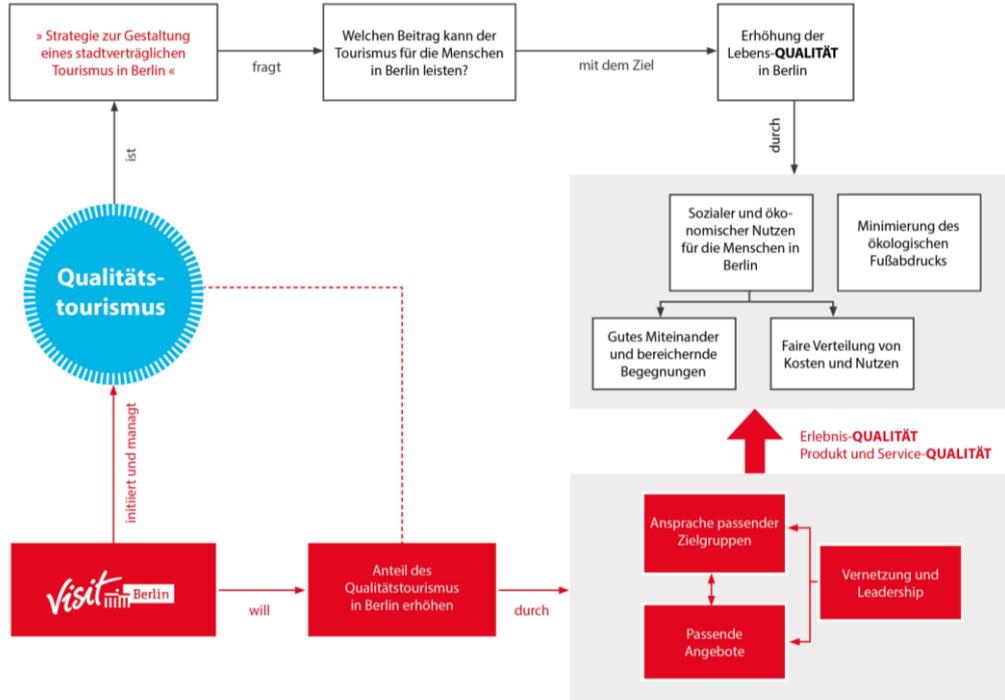


Wir übernehmen Verantwortung und bringen Nachhaltigkeit und Tourismus in Einklang.

(aus der Nachhaltigkeitsstrategie von *visitBerlin*)

Stadtverträglich und nachhaltig

Maxime für die Berliner Tourismusedwicklung



Wie sieht eine stadtverträgliche und nachhaltige Tourismusedwicklung im Konkreten aus? Im Tourismuskonzept 2018+ wurde festgelegt, dass vor allem der Qualitätstourismus gefördert werden soll, um Stadtverträglichkeit und Nachhaltigkeit im Berlin-Tourismus sicherzustellen. Qualitätstourismus orientiert sich an der zentralen Frage: Welchen Beitrag kann der Tourismus für die Menschen, die in Berlin leben, leisten?

visitBerlin hat sich gemeinsam mit verschiedensten Stakeholdern in einem partizipativen Prozess der genaueren Definition von Qualitätstourismus für Berlin angenommen.

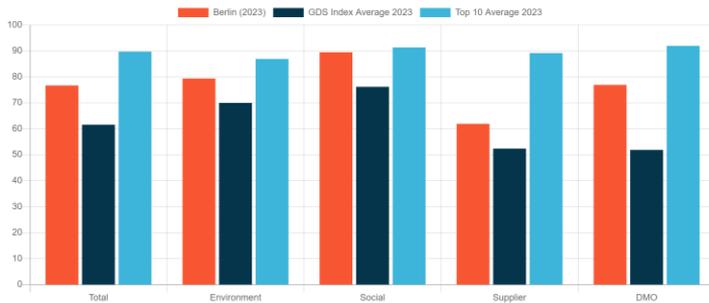
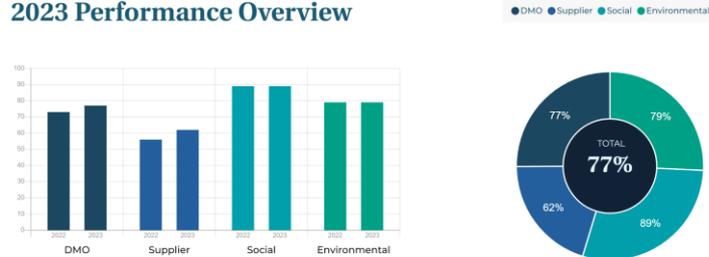
Die Erhöhung der Lebensqualität stellte sich als zentrales Ziel heraus: Qualitätstourismus soll den sozialen und ökonomischen Nutzen aus dem Tourismus erhöhen und den ökologischen Fußabdruck des Tourismus minimieren. Sozialer und ökologischer Nutzen entstehen durch ein gutes Miteinander und bereichernde Begegnungen zwischen Berliner:innen und Gästen und durch eine faire Verteilung von Kosten und Nutzen aus dem Tourismus.

Qualitätstourismus bildet daher den Rahmen für eine zielgerichtete Vermarktung der Destination Berlin zur Förderung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung. Dementsprechend wurden passende Zielgruppen definiert, die Stadtverträglichkeit sowie das ökonomische Potenzial abbilden. Ein neu entwickelter Forschungsansatz zur modernen Entwicklung von Zielgruppen wurde für Berlin ausgewählt: die Urlaubertypologie der „benefitorientierten Segmentierung im Tourismus“.



GLOBAL
**DESTINATION
SUSTAINABILITY**
INDEX

2023 Performance Overview



Wir stellen uns dem internationalen Vergleich

Global Destination Sustainability Movement (GDSM)

Das Global Destination Sustainability Movement ist eine internationale Initiative, der sich verschiedene Destinations-Management-Organisationen angeschlossen haben. Gemeinsam werden neue und nachhaltige Strategien für die Entwicklung von Tourismus- und Kongress-Destinationen entworfen. Teil der Initiative ist auch das jährliche Ranking der Mitglieds-Destinationen in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitsperformance, der Global Destination Sustainability Index (GDSI). 2023 nahmen weltweit erstmals über 100 Destinationen am Ranking teil.

Der Kriterienkatalog des GDS-Index umfasst 69 Kriterien mit jeweils mehreren Indikatoren und fragt Themen aus den Bereichen Strategie und Stakeholder, Umwelt, Reporting, Politik und Initiativen, Standards und Bildung, Marketing-Kommunikation und Entwicklung ab. Die Nachhaltigkeitsleistung wird mithilfe von vier Säulen angegeben.

Die vier Säulen:

1. City Environmental Performance
2. City Social Performance
3. Supplier Performance
4. Destination Management

visitBerlin hat sich 2020 stellvertretend für Berlin und mit Unterstützung der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe dem GDSM angeschlossen und wurde 2021 erstmals im GDSI gelistet. Im Vergleich der Metropolen konnte Berlin dabei den fünften Platz erringen, der auch 2022 dank Verbesserung der Performance in allen vier analysierten Bereichen verteidigt werden konnte. 2023 konnte Berlin eine weitere Steigerung der Gesamtpformance erreichen und ist mit der Leistung auf dem sechsten Rang weiterhin in den Top 10 der Metropolen vertreten.

Weitere Infos: [Nachhaltiges Berlin unter den Top 10 der Metropolen im „Global Destination Sustainability Index“ | visitberlin.de](https://www.visitberlin.de)

Gemeinsam für eine nachhaltigere Visitor Economy

Internationale Vernetzung und Zusammenarbeit

Global Sustainable Tourism Council (GSTC)

visitBerlin gehört seit 2021 dem internationalen Nachhaltigkeitsrat Global Sustainable Tourism Council an. Der GSTC ist der globale Dachverband für Nachhaltigkeitsstandards im Tourismus und entwickelt entsprechende Richtlinien. Als Mitglied unterstützen wir die Prinzipien des GSTC und setzen uns gemeinsam mit dem Rat für eine nachhaltige Ausrichtung des Tourismus ein.

Weitere Infos: [Berlin tritt internationalem Nachhaltigkeitsrat bei](#) | [visitBerlin.de](#)



City Destinations Alliance (CityDNA)

Der Zusammenschluss europäischer Städtedestinationen widerspricht einem konkurrenzbasierten Ansatz von Destination und ermöglicht es, miteinander und voneinander zu lernen und sich zu vernetzen. Mit dem Fokus auf Förderung regenerativer Tourismusstrategien ist CityDNA für uns ein wertvolles Netzwerk zum Wissenstransfer, Benchmarking und um auf dem aktuellen Stand der Entwicklungen zu bleiben. Wir sind Teil des Expert:innen-Kreises „Sustainability Knowledge Group“, in dem Vertreter:innen verschiedener Destinationen gemeinsam Themen aktiv bearbeiten und weiterentwickeln. Ziel ist es, die Nachhaltigkeit europäischer Städtedestinationen voranzubringen.

Weitere Infos: [City Destinations Alliance](#)

Die Sustainable Development Goals

Die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen formen eine Leitlinie zur Sicherung einer nachhaltigen Zukunft. Sie adressieren die zentralen Herausforderungen unserer Gesellschaft in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales. Zur Umsetzung der insgesamt 17 Ziele bis zum Jahr 2030 haben sich 193 Länder, darunter auch Deutschland, verpflichtet.

Wir verstehen es als unsere Aufgabe, unseren bestmöglichen Beitrag zur Erreichung der Ziele zu leisten. Sie dienen daher als Richtlinie innerhalb der *visitBerlin* Nachhaltigkeitsstrategie.

Deutscher Nachhaltigkeitskodex

Orientierung bei der Berichterstattung zu Nachhaltigkeit

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) ist als Rahmenwerk zur Nachhaltigkeitsberichterstattung des Rates für nachhaltige Entwicklung (RNE) eine offizielle und von der Bundesregierung unterstützte Nachhaltigkeits-Leitlinie für Unternehmen, die 20 Themen umfasst.

Alle Projekte und Maßnahmen, über die wir hier berichten, lassen sich mindestens einem Thema des DNK zuordnen. Auf den Projektsteckbriefen in Kapitel 2 wird als Orientierung jeweils eine Angabe über die passenden DNK-Themen gemacht.

Die Themenbereiche, zu denen wir passende Maßnahmen und Projekte vorstellen sind:

- 09 Beteiligung von Anspruchsgruppen
- 10 Innovations- und Produktionsmanagement
- 11 Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen
- 12 Ressourcen-Management
- 13 Klimarelevante Emissionen
- 15 Chancengerechtigkeit
- 16 Qualifizierung
- 18 Gemeinwesen
- 19 Politische Einflussnahme

Dass einige Themen hier nicht gelistet sind, bedeutet jedoch nicht, dass diese nicht von uns bearbeitet würden. Die Themen 01, 02 und 03 werden beispielsweise mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie adressiert.



Unser Weg zur Nachhaltigkeit

Kapitel 2

Was wir uns vorgenommen haben und wo wir aktuell stehen.



Handlungsfelder und Ziele

Kompass für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten

Zur Identifizierung unserer Handlungsfelder sowie prioritärer Maßnahmen haben wir eine initiale Wesentlichkeitsanalyse vorgenommen und darauf basierend strategische Ziele erarbeitet.

Zur regelmäßigen Überprüfung und eventuell notwendigen Anpassung der Prioritäten sind wir kontinuierlich im Austausch mit unseren Stakeholdern. Ebenso unterliegt unsere strategische Ausrichtung einer regelmäßigen internen Bewertung und wir analysieren gezielt gesellschaftliche und politische Diskurse, um entsprechend agieren zu können.

Unsere vier Handlungsfelder (Unternehmensführung, Tourismus-Marketing und -Management und Produktentwicklung & Vertrieb) und das jeweilige strategische Ziel sind mit übergeordneten Zielvorgaben verbunden, die wiederum durch konkrete Zielsetzungen und geeignete Projekte operationalisiert und in die Tat umgesetzt werden. Im Folgenden stellen wir einige Projekte für ausgewählte Zielvorgaben vor.



Operationalisierung



Unternehmensführung



Tourismus-
marketing



Tourismus-
management



Produktentwick-
lung & Vertrieb

Operationalisierung je Handlungsfeld:

Strategisches Ziel

Übergeordnete Zielvorgabe

Konkrete Zielstellung



VISIT BERLIN



Handlungsfeld Unternehmensführung

Strategisches Ziel

Etablierung *visitBerlins* als attraktiver sowie ökologisch und sozial verantwortungsbewusster Arbeitgeber



Zielvorgaben

1. Positionierung *visitBerlins* als ökologisch bewusstes und sozial verantwortliches Unternehmen
2. Förderung von Diversität und Chancengleichheit bei *visitBerlin*
3. Partizipation und Austausch mit und zwischen den Mitarbeitenden fördern und stärken
4. Steigerung der Mitarbeiter:innenzufriedenheit über attraktive Arbeitsbedingungen inklusive Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten
5. Quantifizierung und Minimierung des Ressourcen- und Energieverbrauchs sowie der Emission von Treibhausgasen interner Aktivitäten
6. Verankerung einer Nachhaltigkeits-Struktur im Unternehmen
7. Sicherstellung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes der Mitarbeitenden

Projekte

Charta der Vielfalt

Geschäftsreisemanagement

Reduktion des internen Papierverbrauchs

Eigenveranstaltungen (nach Sustainable Event Guidelines Berlin)



© visitBerlin, Foto: Pedro Becerra/STAGEVIEW.de

Charta der Vielfalt

Für ein buntes und weltoffenes Berlin

Zielvorgabe: Förderung von Diversität und Chancengleichheit bei *visitBerlin*



Konkretes Ziel: Teilnahme an mindestens zwei Initiativen jährlich aus dem Bereich Diversität und Chancengleichheit

Worum es geht

Wir wollen alle Menschen wertschätzend und fair behandeln und allen die gleichen Chancen geben. Eine diverse Belegschaft bedeutet viele Vorteile für unser Unternehmen, da zahlreiche Perspektiven eingebracht werden. Wir sind stolz auf die **Vielfalt** unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen - die *visitBerliner*:innen kommen aus verschiedensten Nationen aus fast allen Teilen der Welt.

Wir haben neben der Initiative „**Berlin gegen Antisemitismus**“ auch die „**Charta der Vielfalt**“ unterzeichnet und sind so, auch mit unserer „**pink pillow Berlin Collection**“, Teil von Initiativen, die sich für Gleichbehandlung aller Menschen einsetzen - ein selbstverständliches Versprechen an alle Gäste und Mitarbeiter:innen. Als Tourismusvermarkter der Stadt Berlin engagieren wir uns außerdem dafür, dass **jüdische Kultur und jüdisches Leben** in Berlin sichtbar gemacht wird.

Charta der Vielfalt

Für ein buntes und weltoffenes Berlin

Was wir erreicht haben

- ✓ Für Diversität in der Ausbildung: Bereits seit 2009 unterstützen wir das vom Berliner Senat initiierte Projekt „Berlin braucht dich! Diversität verankert: Systemisch – Vernetzt“, um Jugendlichen aus Familien mit Einwanderungsgeschichte den **Einstieg in Ausbildung und Berufsleben** zu erleichtern
- ✓ Für Diversität in der Arbeitswelt: 2016 haben wir die „**Charta der Vielfalt**“ unterzeichnet
- ✓ Für eine bunte Stadt: 2021 haben wir die Charta „**Berlin gegen Antisemitismus**“ unterzeichnet
- ✓ Für breite Awareness: 2022 führte **BQN Berlin** eine interne mehrtägige Diversity-Schulung für alle *visitBerlin*-Mitarbeitenden zum Thema „Diskriminierung am Arbeitsplatz“ durch
- ✓ Für die Gleichstellung: 2023 haben wir den Anteil männlicher Mitarbeiter im **Betriebsrat** erhöht

Außerdem

- Für die Gäste: Mit der **pink pillow Berlin Collection** fördern wir die Diversität in der Berliner Hotellerie
- Für die Gleichstellung auf Führungsebene: Wir streben **50 Prozent weibliche Führungskräfte** an

Weitere Infos

- [Berlin braucht dich](#)
- [Charta der Vielfalt](#)
- [Berlin gegen Antisemitismus](#)





© visitBerlin, Foto: Dagmar Schwelle

Geschäftsreisemanagement

Businessreisen klimafreundlicher gestalten



Zielvorgabe: Quantifizierung und Minimierung des Ressourcen- und Energieverbrauchs sowie der Emission von Treibhausgasen interner Aktivitäten



Konkretes Ziel: Erhebung und Senkung des jährlichen internen Energie- und Ressourcenverbrauchs bis zur Klimaneutralität (Scope 3)

Worum es geht

Als nicht produzierendes Unternehmen, dessen Aufgabe es unter anderem ist, die Welt für Berlin zu begeistern, liegt der Schwerpunkt unseres ökologischen Impacts vor allem bei unseren Geschäftsreisen. Grundsätzlich gilt entsprechend der Reiserichtlinie für alle Mitarbeitenden der **Grundsatz der Reisevermeidung** durch den Einsatz digitaler Kommunikationsmittel. Bei begründbarer Notwendigkeit der Dienstreise sollen **nachhaltige und umweltschonende** (Bahn-)Reisen bevorzugt werden, auch wenn dies zu höheren Kosten und/ oder einer zusätzlichen Übernachtung führt. Wird keine umweltschonende Mobilitätsform gewählt, muss auch dies entsprechend begründet werden. Bei der Durchführung von Flugreisen kann eine CO₂-Kompensation vorgenommen werden. Bei der Wahl der Unterkunft sollen Hotels mit Nachhaltigkeitszertifizierung bevorzugt werden. Innerorts sind alle Mitarbeiter:innen zur Nutzung des ÖPNV verpflichtet.



Geschäftsreisemanagement

Businessreisen klimafreundlicher gestalten

Was wir erreicht haben

- ✓ In **2021** haben wir unsere interne **Reiserichtlinie** aktualisiert → Seither ist die Wahl von Beförderungsmittel und Beherbergung nicht mehr ausschließlich nach finanziellen Kriterien zu treffen; auch Nachhaltigkeitsaspekte sind zu berücksichtigen
- ✓ Wir messen die durch unsere Dienstreisen per Flugzeug verursachten **CO₂-Emissionen**

Was wir uns vorgenommen haben

- Durch Wechsel der Geschäftsreisebüros in der Vergangenheit ist uns bisher kein Vergleich der durch uns verursachten Flug-Emissionen pro Jahr möglich gewesen; Ende 2024 möchten wir die Jahres-CO₂-Emissionen durch Dienstreisen per Flugzeug erstmals mit den Werten aus 2023 **vergleichen**
- Ab 2024 möchten wir alle CO₂-Emissionen, die durch für unsere Geschäftstätigkeit notwendige Flüge entstehen **kompensieren**

Reduktion des internen Papierverbrauchs

Auf dem Weg zum Paperless Office

Zielvorgabe: Quantifizierung und Minimierung des Ressourcen- und Energieverbrauchs sowie der Emission von Treibhausgasen interner Aktivitäten



Konkretes Ziel: Erhebung und Senkung des jährlichen internen Energie- und Ressourcenverbrauchs

Worum es geht

Die Herstellung von Papier aus Holz ist energieaufwändig sowie wasser- und rohstoffintensiv. Für ein handelsübliches Päckchen Kopierpapier (500 Blatt DIN A4, 2,3 kg) werden 7,5 Kilogramm Holz, 130 Liter Wasser und 26,8 Kilowattstunden Energie benötigt. Somit sieht auch *visitBerlin* die Notwendigkeit zur **Einsparung des Papierverbrauchs**, der unternehmensintern verursacht wird. Wo möglich werden interne Prozesse zunehmend digitalisiert, um die Anzahl von benötigten Drucken zu reduzieren. Notwendige Informationen für Mitarbeiter:innen werden online an zentraler Stelle im Mitarbeitendenportal zur Verfügung gestellt. Die Drucker sind so eingestellt, dass sie automatisch beidseitig bedrucken.

Reduktion des internen Papierverbrauchs

Auf dem Weg zum Paperless Office

Was wir erreicht haben

- ✓ **Reduktion des Verbrauchs von Druckerpapier:** Die Corona-Pandemie und die damit einhergehende Homeoffice-Pflicht hat zu einer drastischen Einsparung bei *visitBerlin* geführt. 2022 zeigt jedoch, dass sich das Verbrauchsniveau auch bei nahezu wiederhergestellten Normalbedingungen deutlich gesenkt hat.
- ✓ Einrichtung eines zentralen **Mitarbeitendenportals** als internes Informationstool
- ✓ Umstieg auf digitale **Visitenkarten, Unterschriften und Gehaltsnachweise**
- ✓ Wir kooperieren mit umweltfreundlichen **Druckereien**
- ✓ Mindeststandards beim Papiereinkauf: Wir achten auf das **EU-Ecolabel** und **FSC**

Weiteres aus dem Bereich Ressourcenschonung

- 2019 haben wir uns für unsere Büroräume für energiesparende **LED-Lampen** entschieden, die ein Einsparpotenzial von 20 – 30 Prozent gegenüber unserer vorherigen Beleuchtung bieten
- Wir zielen auf eine **umweltfreundliche Beschaffung** ab und orientieren uns dabei an der Verwaltungsvorschrift für Beschaffung und Umwelt

Weitere Infos

- [Leitfaden zur umweltfreundlichen öffentlichen Beschaffung | Umweltbundesamt](#)
- [Verwaltungsvorschrift Beschaffung und Umwelt – Rechtliche Grundlagen | Berlin.de](#)
- [Studie: Umwelt- und Kostenentlastung durch eine umweltverträgliche Beschaffung | Berlin.de](#)

Jahr	Anzahl Blatt
2022	180.000
2021	130.000
2020	175.000
2019	525.000
2018	679.000





Eigenveranstaltungen

...nach Sustainable Event Guidelines Berlin



Zielvorgabe: Quantifizierung und Minimierung des Ressourcen- und Energieverbrauchs sowie der Emission von Treibhausgasen interner Aktivitäten



Konkretes Ziel: Erhebung und Senkung der Treibhausgasemissionen bis zur Klimaneutralität (Scope 3)

Worum es geht

visitBerlin strebt eine weltweite Positionierung Berlins als nachhaltige MICE-Destination an. Dabei geht es nicht nur darum, andere Veranstalter:innen in der Stadt bei der nachhaltigen Planung und Durchführung ihrer Events zu unterstützen, wir haben uns auch zum Ziel gemacht unsere **Eigenveranstaltungen nachhaltiger auszurichten**. In unserer Arbeit spielen Veranstaltungen eine wichtige Rolle – Messe-Auftritte, Netzwerk-Veranstaltungen oder Seminare gehören zu unseren zentralen Maßnahmen in der Zusammenarbeit mit der Branche und bei der Bewerbung unserer Destination. Events mit ausschließlich **positivem Impact** sind dabei unsere Vision der Zukunft. Um dieser immer näher zu kommen, orientieren wir uns bei der Organisation und Durchführung der *visitBerlin*-eigenen Events und internen Festivitäten ebenfalls an Maßnahmen der **Sustainable Event Guidelines** unseres Berlin Convention Offices. Das BESTIVAL als größte, derzeit jährlich stattfindende Eigenveranstaltung hat dabei für uns einen besonderen Test- und Leuchtturmcharakter.

Eigenveranstaltungen

...nach Sustainable Event Guidelines Berlin

Was wir erreicht haben

- ✓ BESTIVAL 2022: erstmals nachhaltigkeitsorientierte Planung und Ausrichtung inkl. Veröffentlichung eines Umweltberichts
- ✓ BESTIVAL 2023: Planung und Durchführung nach **ISO 20121 zertifiziert**
- ✓ interne Schulungen zu **Sustainable Event Guidelines** für Eventplanende in den Abteilungen

Was wir uns vorgenommen haben

- Wir möchten Mindestanforderungen zur Umsetzung der SEGs für Eigenveranstaltungen festlegen
- Wir arbeiten darauf hin zu erwartende **CO₂-Emissionen** als festen Bestandteil für Durchführungsentscheidungen zu integrieren
- Gewonnene Erfahrungen sollen zukünftig auch in die Beratung unserer Kund:innen einfließen

Weitere Infos

- [Sustainable Event Guidelines](#)
- [Nachhaltigkeitskonzept BESTIVAL 2023](#)
- [Sustainable BESTIVAL – Nachhaltigkeitsreporting 2023](#)
- [ISO 20121 Zertifikat – BESTIVAL 2023](#)





Handlungsfeld Tourismusmarketing

Strategisches Ziel

Aufbau eines nachhaltigen Berlin-Images weltweit



Zielvorgaben

1. Gezielte Vermittlung von nachhaltigen Themen an alle B2B- und B2C-Zielgruppen zur Positionierung Berlins als nachhaltige Reisedestination
2. Positionierung Berlins weltweit als nachhaltige MICE-Destination
3. Gezielte Ansprache von nachhaltigen Zielgruppen im Berlin-Tourismus zur Förderung des Qualitätstourismus
4. Förderung von Maßnahmen mit möglichst positivem ökologischen und sozialen Impact im Rahmen der gesamten touristischen Leistungskette
5. Diversität und Vielfalt im Image Berlins manifestieren & inklusive Angebote fördern

Projekte

Webseiten Nachhaltigkeit

Sustainable Event
Guidelines

MEET+CHANGE

Zielgruppensegmentierung

15-Minuten-Stadt

Webseiten zur Nachhaltigkeit

Informieren – Bilden – Begeistern

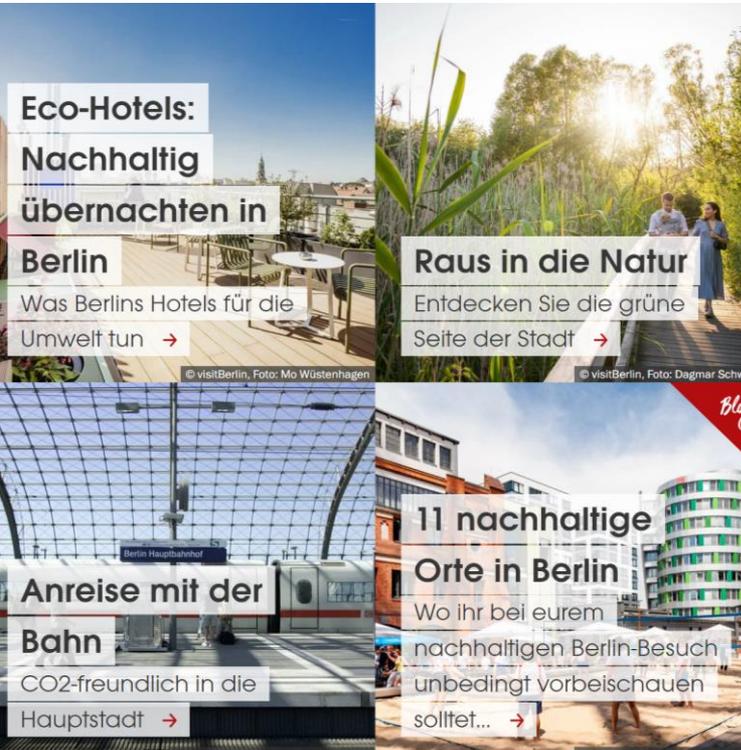
Zielvorgabe: Gezielte Vermittlung von nachhaltigen Themen an alle B2B- und B2C-Zielgruppen zur Positionierung Berlins als nachhaltige Reisedestination

Konkretes Ziel 1: Bündelung von Informationen zu nachhaltigen Maßnahmen und Aktivitäten bei visitBerlin und permanente Berichterstattung darüber

Konkretes Ziel 2: Verstärkte Verortung nachhaltiger Themen für Gäste auf visitberlin.de und Steigerung von deren Reichweite

Worum es geht

visitBerlin ist bestrebt Berlin zunehmend als nachhaltige und grüne Destination gegenüber den verschiedenen Anspruchsgruppen zu positionieren und nachhaltiges Reisen zu fördern. Dafür dient B2B-seitig die Partner:innen-Webseite **about.visitBerlin.de**. B2C-seitig können sich Besucher:innen auf **visitBerlin.de** und Veranstaltungsplanende auf **convention.visitBerlin.de** umfassend informieren. Die zentrale Bündelung von nachhaltigen Tipps und Vorschlägen soll dem Thema Sichtbarkeit geben, sensibilisieren und es Interessenten leichter machen, einen nachhaltigeren Berlin-Aufenthalt zu planen. Dabei stellt die Kommunikation gegenüber Gästen mit einem Fokus auf Qualitätszielgruppen einen zentralen Aspekt dar. Nachhaltigkeit wird dabei zunehmend über verschiedene Kanäle thematisch transportiert (via Social Media, Blogbeiträgen, redaktionellen Listenseiten auf visitberlin.de, Kampagnen uvm.). Auf der Partnerseite stellen wir Informationen zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung und unseren Nachhaltigkeitsinitiativen bereit. Dabei zielen wir stets auf eine breite Streuung unseres Wissens und eine transparente Kommunikation ab, um so die gesamte Visitor Economy Berlins mit auf die transformative Reise hin zu einer nachhaltigen Destination zu nehmen.



Webseiten Nachhaltigkeit

Informieren – Bilden – Begeistern

Was wir erreicht haben

about.visitBerlin.de:

- ✓ Prominente Einbindung der **Landingpage** „Nachhaltige Tourismusedwicklung“ auf der **Startseite** und Integration im **Startmenü**
- ✓ Listung der Unternehmen, die sich an den Initiativen von **Sustainable Berlin** beteiligen
- ✓ Regelmäßige **Berichterstattung und Updates** zum Thema Nachhaltigkeit (Pressemitteilungen, Partnermailing, LinkedIn)

visitBerlin.de:

- ✓ Schaffung einer **Landingpage** zum Thema „Nachhaltiges Berlin“, dessen Content kontinuierlich ausgebaut wird
- ✓ 2022/23: Regelmäßige Einbindung nachhaltiger Themen in **schnellebigen Content** (Blogartikel, Wohendenstipps, Monatsvorschauen, Instagram)
- ✓ Einrichtung eines Filters „Nachhaltigkeit“ im Hotelreservierungssystem: Listung extern zertifizierter Partnerhotels
- ✓ Einrichtung eines Filters für **nachhaltige Veranstaltungen** im Veranstaltungskalender

convention.visitBerlin.de:

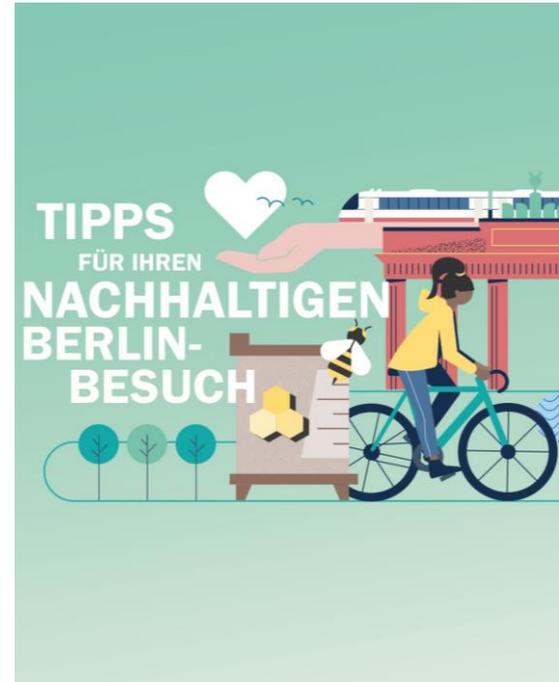
- ✓ Seit 2018 Content zu **Sustainable Meetings Berlin**
- ✓ Relaunch der **Sustainable Meetings Berlin-Plattform** in 2021 und erhöhte Präsenz im Start-Menü

Was wir uns vorgenommen haben

- Die nachhaltigen Inhalte auf allen drei Webseiten sollen **kontinuierlich weiter ausgebaut** werden
- In unseren Online-Kampagnen wollen wir das Thema künftig noch stärker einbinden und planen eine entsprechende Influencer:innen-Kampagne
- Das langfristige Ziel ist es, Nachhaltigkeit nicht mehr als ein Angebot von vielen darzustellen, sondern dass dies zur **Selbstverständlichkeit all unserer Inhalte** wird

Weitere Infos

- [Nachhaltige Tourismusedwicklung](#)
- [Nachhaltiges Berlin](#)
- [Sustainable Meetings Berlin](#)



Sustainable Event Guidelines

Inspiration für eine nachhaltigere Veranstaltungsplanung

Zielvorgabe: Positionierung Berlins weltweit als nachhaltige MICE Destination



Konkretes Ziel: Kund:innen auf nachhaltigen Fokus Berlins und Möglichkeiten der nachhaltigeren Veranstaltungsplanung proaktiv hinweisen

Worum es geht

2020/2021 hat *visitBerlin* einen umfassenden Leitfaden entwickelt, der Ideen für Berlin-spezifische, praktische Maßnahmen der **nachhaltigen Veranstaltungsplanung** bietet und somit die Transformation der Eventbranche proaktiv vorantreibt. Das kostenfreie Tool für Veranstaltungsplanende beinhaltet **13 Handlungsfelder**, die alle wesentlichen Bereiche der Event-Organisation abdecken.

Das *visitBerlin* Berlin Convention Office ermöglicht es Organisator:innen außerdem, ihr nachhaltiges Engagement mittels **Supporter Patch** sichtbar zu machen. Die Sustainable Event Guidelines dienen zudem als Basis für die **Sustainable Event Scorecard**, das Bewertungsinstrument für die ergänzende Förderung für Nachhaltigkeit des **Kongressfonds Berlin**.

DNK
18

Gemeinwesen





Sustainable Event Guidelines

Inspiration für eine nachhaltige Veranstaltungsplanung

Was wir erreicht haben

- ✓ **Supporter Patch:** Nutzung beispielsweise beim PxP Festival und bei einer Veranstaltung der IMZ
- ✓ Circa 20 Vorträge mit über 400 Fachteilnehmenden in 2022 und dem 1. Halbjahr 2023 zu den Sustainable Event Guidelines Berlin
- ✓ Zwischen Januar und Juli 2023 wurden die Sustainable Event Guidelines 116 mal auf deutsch heruntergeladen und 54 mal auf Englisch

Was wir uns vorgenommen haben

- 2024 wollen wir die Sustainable Event Guidelines **weiterentwickeln** und mit neuen Maßnahmen und Tipps ergänzen

Weitere Infos

- [Sustainable Event Guidelines](#)
- [Sustainable Event Scorecard](#)
- [Kongressfonds Berlin](#)

MEET+CHANGE

Berliner Institutionen stärken

Zielvorgabe: Positionierung Berlins weltweit als nachhaltige MICE-Destination



Konkretes Ziel: MEET+CHANGE als Projekt mit sozialem Impact noch stärker sichtbar machen und fördern

Worum es geht

Viele Unternehmen Berlins engagieren sich bereits in den Bereichen Nachhaltigkeit und sozialem Engagement. Wir möchten die Wirtschaft mit den sozialen und kulturellen Einrichtungen verbinden und im Sinne des Konzepts der „Legacy“ von Veranstaltungen Synergien schaffen. MEET+CHANGE ermöglicht den Veranstaltungsplanenden in Berlin die Anmietung von außergewöhnlichen Locations, die den Teilnehmenden neue Perspektiven aufzeigen.

Sozialer Mehrwert: Neue Impulse und wertvoller Austausch.

Ökonomischer Mehrwert: Einrichtungen werden durch Raummiete unterstützt.

Ökologischer Mehrwert: Ausschließlich nachhaltige Anbieter & Materialien kommen zum Einsatz.

MEET+
CHANGE

Events from a different perspective.

MEET+CHANGE

Berliner Institutionen stärken

Was wir erreicht haben

- ✓ Berlinweite Kooperation mit fünf **sozialen oder kulturellen Einrichtungen**: Schwimmende Plattform, Familienförderungszentrum, Beratungsstelle, Integrative Werkstatt, Kulturzentrum
- ✓ Kund:innen-Event in einer Einrichtung Ende 2022 zur **Steigerung der Sichtbarkeit**
- ✓ Rund **100 Buchungsanfragen** seit Start des Formates

Was wir uns vorgenommen haben

- **Anzahl** der Buchungsanfragen **erhöhen**
- Zwei weitere Einrichtungen für das Format gewinnen
- Einrichtungen befähigen Veranstaltungen **professionell** abzuwickeln
- **Reichweite** des Formates **erhöhen**

Weitere Infos

- [MEET+CHANGE | Berlin Convention Office | visitberlin.de](#)
- [MEET+CHANGE | Nachhaltig Tagen in Berlin | adobe.com](#)





Foto: © Steffen Ritzner

Zielgruppensegmentierung

Anteil des Qualitätstourismus erhöhen

DNK
18

Gemeinwesen

Zielvorgabe: Gezielte Ansprache von nachhaltigen Zielgruppen im Berlin-Tourismus zur Förderung des Qualitätstourismus

Konkretes Ziel: Entwicklung und Umsetzung eines Zielgruppenkonzepts mit den Schwerpunkten „Stadtverträglichkeit“ und „ökonomisches Potenzial“ mit nachhaltiger Ausrichtung

Worum es geht

Mit dem Prozess der Definition von **Qualitätstourismus** für Berlin wurde klar, welche Art von Tourismus wir in unserer Stadt künftig vermehrt fördern wollen. Nun galt es herauszufinden, welche Zielgruppen die hierzu passenden sind. *visitBerlin* hat dazu eine **neuartige Zielgruppensegmentierung** im Städtetourismus erarbeitet: die Urlaubertypologie der „benefitorientierten Segmentierung im Tourismus“, kurz: BeST. Damit ist Berlin **Vorreiter** und kann als erste deutsche Stadt eine moderne Grundlage für das Destinationsmarketing vorweisen. Auch für internationale Märkte hat *visitBerlin* als erste deutsche Landesmarketingorganisation Daten erhoben. Alle drei identifizierten Urlaubstypen eint das originäre Interesse an unserer Stadt. Zentrale Aspekte sind dabei: **Nachhaltigkeit, Immersion und Ausgabeverhalten.**

Zielgruppensegmentierung

Anteil des Qualitätstourismus erhöhen

Was wir erreicht haben

- ✓ Für den deutschen Herkunftsmarkt im Leisure-Bereich wurden drei Zielgruppen mit großem Potenzial für Berlin identifiziert, die sich durch ein ausgeprägtes Interesse an der Destination und eine erhöhte Ausgabebereitschaft charakterisieren: **Genießer:in, Entdecker:in und Liebhaber:in**
- ✓ Nachhaltigkeit spielt für zwei der drei definierten Zielgruppen eine übergeordnete Rolle; diese Reisenden unterstützen so das Ziel der nachhaltigeren Entwicklung des Berlin-Tourismus
- ✓ Auch für Großbritannien und Spanien wurde eine Analyse durchgeführt, die zeigte, dass die obengenannten Zielgruppen hier ebenfalls existieren
- ✓ Für den **Businessreisen-Bereich** wurde die Analyse übertragen, so dass der Fokus vor allem auf Veranstaltungen (Kongressen, Tagungen, Events) mit hohem Nutzen/ positivem Impact für Berlin liegt

Was wir uns vorgenommen haben

- Unser Ziel ist, 75% unserer budgetierten Maßnahmen ausschließlich auf Qualitätszielgruppen zu **fokussieren**
- **Prüfung** der internationalen Märkte Österreich, Schweiz und Niederlande
- **Nachhaltige Zielgruppe** als ein Cluster im MICE-Bereich definieren und fördern

Weitere Infos

- **Zielgruppen im Berlin-Tourismus**
- **Handout Zielgruppendarstellung**
- **Handout internationale Zielgruppendarstellung**



15-Minuten-Stadt

Berlin zu Fuß entdecken

Zielvorgabe: Förderung von Maßnahmen mit möglichst positivem ökologischen und sozialen Impact im Rahmen der gesamten touristischen Leistungskette

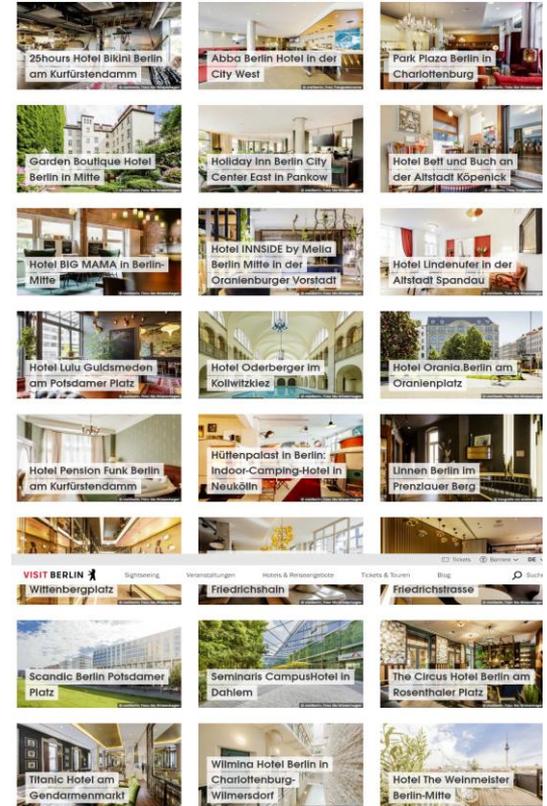


Konkretes Ziel: Gezielte Maßnahmen zur Erhöhung des Anteils der Nutzung von ÖPNV, Rad oder zu Fuß vor Ort in Berlin

Worum es geht

Die Idee für einen Urlaub nach dem Konzept der 15-Minuten-Stadt basiert auf einer **Innovation** aus der Städteplanung. Anstelle eines einzelnen Stadtzentrums mit allen wichtigen Angeboten können die Bewohner einer Stadt alles, was sie brauchen, in einem **Umkreis von 15 Minuten** zu Fuß um ihren Wohnort finden. Jedes Viertel funktioniert dann wie eine eigene Stadt, Zentren werden entzerrt, Mobilität verringert und die Lebensqualität gesteigert. Ein solches Konzept lässt sich auch hervorragend auf den Tourismus in Berlin übertragen.

Während die Reisenden den Kiez rund ums Hotel erkunden, können sie viele spannende Attraktionen, Highlights und Geheimtipps ganz entspannt und **umweltfreundlich** entdecken. Auch als Berlin-Kenner:in lässt sich so bei jedem Besuch Neues entdecken. Die Hotels der 15-Minuten-Stadt liegen in besonders schönen ausgewählten Kiezen der Stadt.





15-Minuten-Stadt

Berlin zu Fuß entdecken

Was wir erreicht haben

- ✓ 24 teilnehmende 15-Minuten-Hotels in 9 Bezirken; zwei weitere folgen in 2023
 - davon 7 Hotels mit externer Nachhaltigkeitszertifizierung in 2023
- ✓ Abbildung unterschiedlicher Kieze/ Ortsteile sowie **dezentraler** Orte der Stadt
- ✓ Integration von **regionalen** Angeboten (Shopping und Gastronomie) seit 2022
- ✓ Kommunikation von **umweltfreundliche** Mobilitätsoptionen (zu Fuß)

Was wir uns vorgenommen haben

- Ausweitung auf das Verkehrsmittel Fahrrad
- Abbildung von weiteren Bezirken sowie Ortsteilen
- Kooperation mit einem **umweltfreundlichen** Nahmobilitätsanbieter

Weitere Infos

- [15-Minuten-Stadt](#)
- [Berlins Bezirke & Kieze](#)



Handlungsfeld Tourismusmanagement

Strategisches Ziel

Entwicklung und Sicherung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Berlin-Tourismus gemeinsam mit unseren Partner:innen



Zielvorgaben

1. Förderung der Resilienz, Anpassungs- und Innovationsfähigkeit sowie Nachhaltigkeit unserer Partner:innen

2. Steuerung der Tourismusströme für eine ausgewogene Verteilung

3. Verbesserung der Barrierefreiheit und Inklusion für touristische & Veranstaltungs-Stätten und kulturelle Einrichtungen

4. Fortführung und Intensivierung der strukturierten Dialoge mit Stakeholdern

5. Erhalt und Erhöhung der Zustimmung der Berliner:innen zur „Visitor Economy“

6. Mitgestaltung der Stadtentwicklung mit unserer touristischen Expertise (Schnittstellenfunktion)

7. Minimierung der schädlichen Umweltwirkungen der „Visitor Economy“, insbesondere des touristischen CO2-Fußabdrucks im Sinne des Qualitätstourismus

Projekte

TourismusHub

Sustainable Berlin

Going Local

Reisen für Alle

HIER IN BERLIN

TourismusHub

Die E-Learning-Plattform für Berlins Tourismusbranche

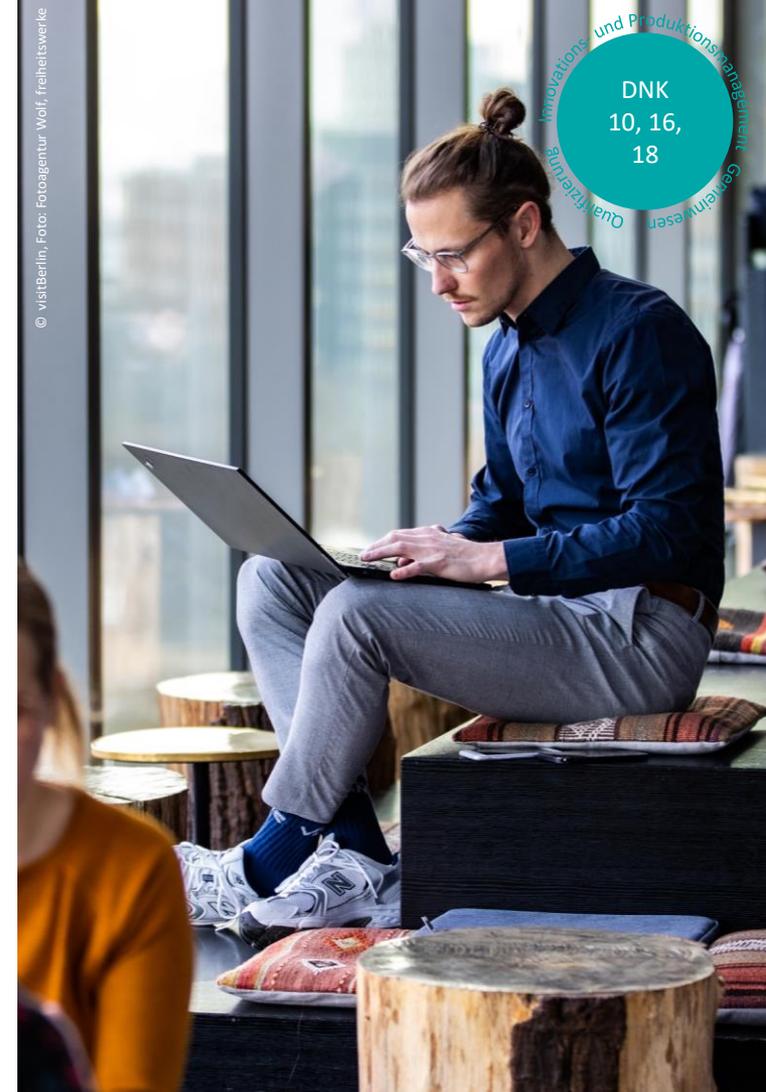
Zielvorgabe: Förderung der Resilienz, Anpassungs- und Innovationsfähigkeit sowie Nachhaltigkeit unserer Partner:innen



Konkretes Ziel: Weiterbildungs-, sowie Austausch-, Dialogformate und Wissensplattform bieten

Worum es geht

In 2021 hat *visitBerlin* mit dem TourismusHub eine **E-Learning-Plattform** für die Berliner Tourismus- und Kongressbranche geschaffen, um fundiertes Know-How zu aktuellen Themen in regelmäßigen kostenfreien Workshops und Panels sowie Lern-Videos (live und/oder im Nachgang) anzubieten. Auf der **Wissens-, Beratungs- und Austauschplattform** findet sich ein Mix aus Best Practises und Vorträgen ausgewiesener Expert:innen. Das Angebot wird von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe gefördert und richtet sich an alle Akteur:innen der Visitor Economy Berlins. Ins Leben gerufen um den Restart der Branche nach der Pandemie zu erleichtern, widmet sie sich seither inhaltlich v.a. **Zukunftsthemen** wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Qualitätstourismus. Themenvorschläge der Partner:innen werden dabei gerne aufgegriffen.





TourismusHub

Die E-Learning-Plattform für Berlins Tourismusbranche

Was wir erreicht haben

- ✓ 2022: über 773 Teilnehmer:innen in über 20 interaktiven Online-Veranstaltungen
- ✓ 600 Abonnent:innen des TourismusHub-Newsletter
- ✓ „Nachhaltigkeit und Resilienz“ ist die **beliebteste Kategorie** mit den meisten Aufrufen
- ✓ Online-Kurs „Kreisläufe in der Hotel-Gastronomie“ vom Circular Berlin Projekt mit 18 Videos und weiterführendem Material ist schon im ersten Monat seit Veröffentlichung in 2023 einer der nachgefragtesten Kurse

Was wir uns vorgenommen haben

- Weiterer Ausbau des TourismusHubs
- Gewinnung weiterer registrierter Nutzer:innen
- Umsetzung von drei Themenreihen in 2024, zu den Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung 2.0 und Barrierefreiheit

Weitere Infos

- [TourismusHub](#)
- [Die E-Learning-Plattform für Berlins Tourismusbranche | visitberlin.de](#)

Sustainable Berlin

Nachhaltigkeitsbewegung der Visitor Economy

Zielvorgabe: Förderung der Resilienz, Anpassungs- und Innovationsfähigkeit sowie Nachhaltigkeit unserer Partner:innen

Konkretes Ziel: Instrumente zur nachhaltigeren Ausrichtung von Partner:innen schaffen, verstetigen, ausbauen

Worum es geht

Sustainable Berlin umfasst mehrere **Initiativen von und für die Berliner Visitor Economy**, um die Branche nachhaltiger aufzustellen, sie bei der Transformation zu unterstützen und letztlich das nachhaltige Angebot für Reisende und Veranstaltungsplanende auszubauen:

- **Sustainable Tourism Berlin** für Tourismusbranche (Zertifizierung)
- **Sustainable Meetings Berlin** für die MICE-Branche (Zertifizierung)
- **Sustainable Berlin Commitment** (Selbstverpflichtung)

Das Angebot steht den Unternehmen der Berliner Veranstaltungs- und Tourismusbranche dank einer Förderung durch den Berliner Senat bis Ende 2023 kostenfrei zur Verfügung.



© visitBerlin, Foto: Jörg Farns



© visitBerlin, Foto: Maria Grade

Sustainable Berlin

Nachhaltigkeitsbewegung der Visitor Economy

Was wir erreicht haben

- ✓ Die Zertifizierung und Plattform **Sustainable Meetings Berlin** für den MICE-Bereich wurde bereits 2018 geschaffen und 2020 durch das Sustainable Partner-Programm ergänzt. 57 Unternehmen sind als zertifizierte Angebote gelistet (Stand Juli 2023), zum Netzwerk gehören circa 200 Partnerbetriebe
- ✓ Die Zertifizierung **Sustainable Tourism Berlin** für den Leisure-Bereich wurde Ende 2022 geschaffen und hat im 1. Halbjahr 2023 bereits sechs Zertifizierungen vollzogen
- ✓ 14 Infoveranstaltungen, zwei Netzwerk-Seminare und zwei Sustainable Meetups wurden allein im 1. Halbjahr 2023 für Branchen-Unternehmen durchgeführt
- ✓ Der Kriterienkatalog, der beiden Zertifizierungen zugrunde liegt, wurde 2023 vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) offiziell **international anerkannt** und ist somit „**GSTC recognised**“
- ✓ Im Bundeswettbewerb nachhaltige Tourismusdestinationen 2022/2023 wurde Sustainable Meetings Berlin mit dem **Best-Practice-Preis** ausgezeichnet

Was wir uns vorgenommen haben

- Die nachhaltige Bewegung Berlins weiter **fördern und stärken**
- Organisation und Umsetzung von mindestens **sechs** Netzwerk-Veranstaltungen in 2024
- Ende 2024 soll es **90 zertifizierte Sustainable Partner** geben

Weitere Infos

- [Sustainable Berlin - Unsere Zertifizierungsprogramme](#)
- [Nachhaltiger Tourismus: Berlins Nachhaltigkeitskriterien international anerkannt | visitBerlin.de](#)



Going Local

Tourismusmarketing für alle zwölf Bezirke mit einer Kiez-App



Zielvorgabe: Steuerung der Tourismusströme für eine ausgewogene Verteilung



Konkretes Ziel: Entwicklung von Konzepten, Angeboten, Themenrouten, die die ausgewogene Verteilung und/ oder nachhaltige Mobilität berücksichtigen (bei allen Angeboten Nachhaltigkeitsaspekte beachten)

Worum es geht

Besucher:innen sowie in Berlin und Umgebung lebende Menschen werden ermutigt, Berlins vielfältige Kieze zu erkunden und nicht nur die klassischen Sehenswürdigkeiten, sondern vor allem weniger bekannte Orte und Attraktionen Berlins zu entdecken. Das „Going Local“-Tourismusmarketing trägt so zu einer **Lenkung und Entzerrung der Besucherströme** bei. Herzstück des Projekts ist die „Going Local“-App. Sie beinhaltet über **770 Berlin-Tipps** (Sehenswürdigkeiten, Museen, Restaurants, Bars usw.) sowie verschiedene Tourenvorschläge, die **zu Fuß oder mit dem Fahrrad** absolviert werden können (Anzeige und Navigation über die Karte in der App). Die App ist kostenlos und ermöglicht somit einem großen Personenkreis Zugang. Sie ist außerdem offline nutzbar und so auch für Menschen ohne Internet auf dem Smartphone verwendbar. Außerdem ermutigt die App dazu, den **ÖPNV** zu nutzen, indem bei jedem Point of Interest auf die Website der BVG verlinkt wird.

Going Local

Die Kiez-App für Berlin

Was wir erreicht haben

- ✓ Rund **2.000** Neu-Installationen der App pro Monat
- ✓ Integration von **770** Points of Interest und **38** Touren (Stand 18.7.2023)
- ✓ Im 1. Halbjahr 2023 durchschnittlich **3.726** aktive Nutzer:innen im Monat
- ✓ Im 1. Halbjahr 2023 beträgt die Verweildauer im Monat durchschnittlich **3 Min. 40 Sek.**
- ✓ Top-4-Länder (Juni 2023): D (81 %), PL (6 %), IT (5 %), NL (4 %)
- ✓ Nutzungserklärung der App in **Leichter Sprache & Gebärdensprache** (Herbst 2022)

Was wir uns vorgenommen haben

- Überarbeitung der Kriterien zur Auswahl von Orten für die App basierend auf den intern erarbeiteter **Qualitäts- und Nachhaltigkeitskriterien**
- Fortlaufende Aktualisierung der Inhalte (Anlegen neuer Points of Interest und Touren) zur weiteren **Entzerrung der Touristenströme**
- Integration weiterer Themengebiete in die App (z.B. **Crafted in Berlin** → lokale, nachhaltige Produkte)

Weitere Infos

- [Going Local Berlin](#)





Reisen für Alle

Unser Weg zur Stadt der *Barriere*Freiheit



Zielvorgabe: Verbesserung der Barrierefreiheit und Inklusion für touristische & Veranstaltungs-Stätten sowie kulturelle Einrichtungen



Konkretes Ziel: Erreichung einer flächendeckenden Information zur Barrierefreiheit für Points of Interest, öffentliche Einrichtungen und touristisch relevante Orte via Reisen für Alle

Worum es geht

Reisen für Alle ist ein bundesweit einheitliches **Zertifizierungssystem**, das den Fokus auf verlässliche und detaillierte Informationen zur **Barrierefreiheit** legt, die durch eine neutrale Stelle erhoben werden. Das Land Berlin fördert die Zertifizierung bis dato vollumfänglich. Touristische Partner:innen - wie die Berliner Hotels und Attraktionen - können sich hier entsprechend kostenfrei zertifizieren lassen. Ihre barrierefreien Angebote werden auf unserer **Zielgruppenseite** dargestellt und für Personen mit Handicap zugänglich gemacht. Die detaillierten Ergebnisse werden zudem in der bundesweiten Informationsdatenbank angelegt.

Außerdem tun wir Folgendes, um Barrieren abzubauen

Auf der Wissensplattform [TourismusHub](#) werden für unsere Partner:innen zu diversen Themen, wie Barrierefreiheit & Inklusion, Online-Veranstaltungen, Kurzvideos und Expertenchats zur Verfügung gestellt. Im Rahmen des Berliner Informations- & Kommunikationsgesetzes werden die Webseiten und Apps *visitBerlins* in Bezug auf die **Barrierefreiheit** optimiert. Dies umfasst die technische Aufbereitung, z.B. die Lesbarkeit mittels Screenreader sowie die Verfügbarkeit von Inhalten in Leichter Sprache und Deutscher Gebärdensprache. Zudem wurde ein umfangreiches **Diversitätsshooting** durchgeführt, um auch in der Bildsprache die Inklusion aller Personen zu fördern.

Reisen für Alle

Unser Weg zur Stadt der *Barriere*Freiheit



Was wir erreicht haben

- ✓ bis Juni 2023: **255 zertifizierte Betriebe & Points of Interest**

Weitere Erfolge im Bereich digitale Barrierefreiheit

- ✓ **TourismusHub:** Sieben durchgeführte Onlineveranstaltungen + Veröffentlichung der Aufzeichnungen auf der Plattform + Verfügbarkeit von acht E-Journeys (3-5 minütige Videos)
- ✓ **Barrierefreie Webseiten & Apps:** Kontinuierliche Einarbeitung von 798 neuen Diversitäts-Bildern und -Kurzvideos in Marketingmaßnahmen (Webseite und Kampagnen) + Integration von Videos in leichter Sprache und Gebärdensprache auf der Webseite

Was wir uns vorgenommen haben

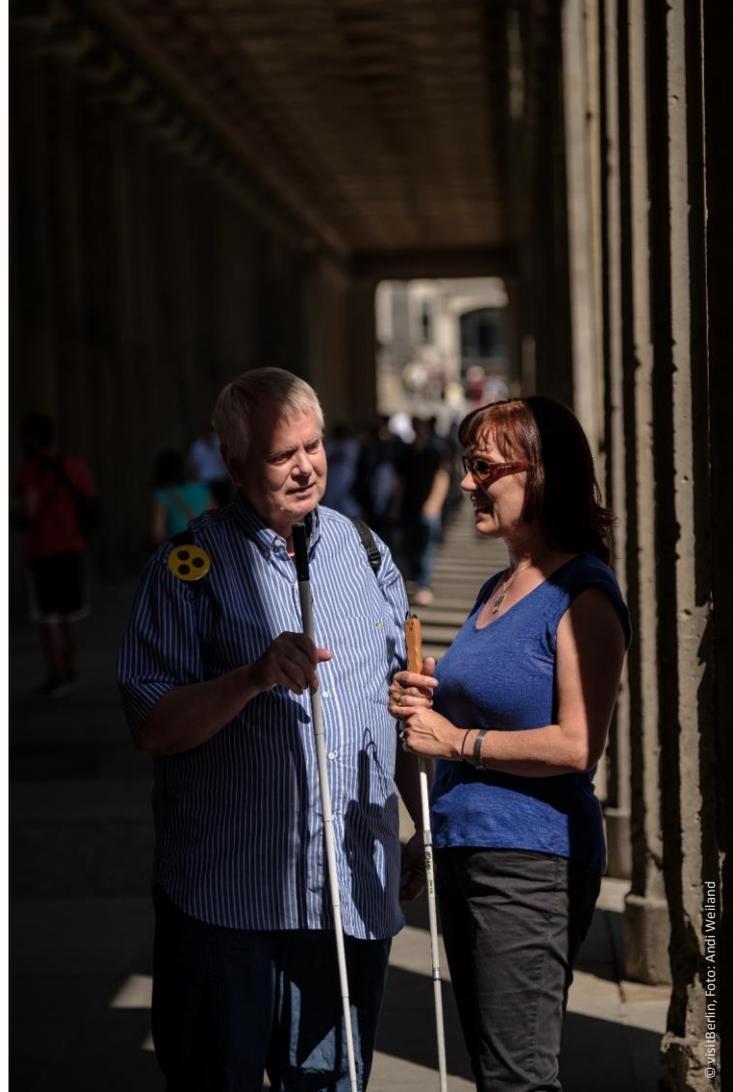
- Umsetzung von **50 Neu- und Re-Zertifizierungen**

Weitere Zielsetzungen im Bereich digitale Barrierefreiheit

- **TourismusHub:** Umsetzung einer Online-Veranstaltung und einer E-Journey zur Deutschen Gebärdensprache bis Ende 2023
- **Barrierefreie Webseiten & Apps:** Kontinuierliche Optimierung der Barrierefreiheit unserer digitalen Auftritte sowie Integration von Informationen in leichter Sprache und Gebärdensprache

Weitere Infos

- [Reisen für Alle](#)
- [Barrierefrei in Berlin](#)



HIER IN BERLIN

Mitdenken – Mitmachen – Meinung sagen

Zielvorgabe: Erhalt und Erhöhung der Zustimmung der Berliner:innen zur „Visitor Economy“



Konkretes Ziel: Regelmäßiger Dialog mit der Bevölkerung zu touristischen Themen

Worum es geht

Unsere große Initiative zum Erhalt und der Erhöhung der **Zustimmung der Berliner:innen** zur Visitor Economy „HIER IN BERLIN“ bietet den Bewohner:innen Berlins in verschiedenen Formaten die Möglichkeit der aktiven Teilhabe am Berliner Tourismus (z.B. im Rahmen des Bürger:innen-Beirats). Ziel ist es, gemeinsam das **Miteinander** von Berliner:innen und Besucher:innen zu verbessern und ein Netzwerk des stadtverträglichen Engagements aufzubauen, das die Berücksichtigung der Bedarfe der verschiedenen Kieze ermöglicht und zu gemeinsamen Aktionen (wie Clean-Ups) motiviert. Ergänzend zu der jährlichen Kiez-Tour mit dem HIER-Mobil dient seit diesem Jahr ein neu entwickelter Online-Fragebogen zur Erfassung des Stimmungsbildes der Berliner:innen. Seit 2012 wird zudem eine repräsentative **Bevölkerungsumfrage** durchgeführt. Der HIER IN BERLIN-Blog und Instagram-Kanal informieren zu aktuellen stadtverträglichkeits- und gemeinwohlorientierten Projekten aus den Kiezen.





© visitBerlin, Foto: Dirk Mathesius

HIER IN BERLIN

Mitdenken – Mitmachen – Meinung sagen

Was wir erreicht haben

- ✓ 2022: Einrichtung des „**Bürger:innen-Beirats Berlin-Tourismus**“, bestehend aus 24 Vertreter:innen der zwölf Berliner Bezirke (zwei Treffen des Bürger:innen-Beirats in 2022)
- ✓ Auftaktveranstaltung der öffentlichen **Bürger:innen-Foren** im Januar 2023 mit 130 Teilnehmenden
- ✓ 200 neue Follower:innen des HIER IN BERLIN-Instagram Accounts
- ✓ Seit dem Start von HIER IN BERLIN wurden bereits **zehn Kiez-Touren** durchgeführt
- ✓ Durchführung einer **Kieztour** und **Clean-Up** mit der Initiative „**Schön wie wir**“

Was wir uns vorgenommen haben

- Die **Zufriedenheit** der Bevölkerung weiterhin zuverlässig messen und erheben
- **Erhöhung der Akzeptanz** des Berlin-Tourismus
- Ein wachsendes Netzwerk stadterträglichen Engagements schaffen
- Innovative Ansätze zur **Förderung der Akzeptanz** entwickeln

Weitere Infos

- [HIER IN BERLIN](#)
- [HIER IN BERLIN Instagram](#)



Handlungsfeld Produktentwicklung & Vertrieb

Strategisches Ziel

Integration von Nachhaltigkeitskriterien in die Produktauswahl und Produktentwicklung



Zielvorgaben

1. Ressourceneinsatz und Klimawirkung von Eigenprodukten quantifizieren und minimieren

2. Sensibilisierung und Beratung der Partner:innen / Anbietenden für die drei Säulen der Nachhaltigkeit

3. Förderung der lokalen Wirtschaft und Wertschöpfung

4. Entwicklung und Vertrieb nachhaltiger Produkte, Erlebnisse, Pauschalen

Projekte

Berlin Welcome Card mit digitalen Guides

Berlin CityTourCard

Bahnhit



Berlin WelcomeCard mit digitalen Guides

Ressourcenschonung durch digitale Guides



Zielvorgabe: Ressourceneinsatz und Klimawirkung von Eigenprodukten quantifizieren und minimieren



Konkretes Ziel: Einspar-/ Verbesserungspotenziale/ nachhaltige Alternativen identifizieren

Worum es geht

Bei der *Berlin WelcomeCard* handelt es sich um Berlins **offizielles Touristenticket** mit freier Fahrt in ganz Berlin, verfügbar je nach Bedarf in den Varianten AB- und ABC-Bereich. Sie umfasst 2023 188 Rabatt-Partner:innen der Stadt in zwölf Kategorien, darunter zahlreiche Geheimtipps. Besucher:innen Berlins bietet sie zudem einen inkludierten CityGuide mit Tourenvorschlägen sowie einen extra Stadtplan.

Zur Präsentation der Rabatt-Partner:innen wurde zunächst vor allem auf gedruckte Hefte, die sogenannten Guides, gesetzt. Um den damit zusammenhängenden **Ressourcenverbrauch** zu senken, sollen digitale Varianten die Print-Produkte in Zukunft ablösen.

Berlin WelcomeCard mit digitalen Guides

Ressourcenschonung durch digitale Guides

Was wir erreicht haben

- ✓ Ausbau des CityGuides zum **interaktiven PDF**
- ✓ QR Code auf dem Ticket führt zum digitalen CityGuide
- ✓ Buchungsbestätigung mit Hinweisen zum digitalen CityGuide
- ✓ Die Printauflage konnte von 2022 auf 2023 um 22 % Prozent reduziert werden

Was wir uns vorgenommen haben

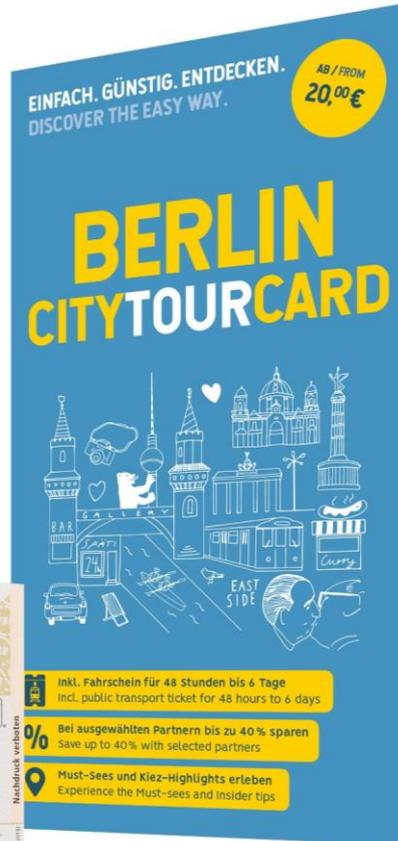
- Digitale CityGuide-Variante weiter **optimieren**
- Den digitalen CityGuide noch **stärker vermarkten**

Weitere Infos

- [Berlin WelcomeCard](#)
- [Berlin WelcomeCard | CityGuide 2023](#)

Jahr	Druckauflage CityGuides	Prozentuale Einsparung
2023	102.354 Stück	22%
2022	130.820 Stück	82%
2019	743.545 Stück	---





Berlin CityTourCard

ÖPNV-Nutzung einfach und attraktiv machen

Zielvorgabe: Entwicklung und Vertrieb nachhaltiger Produkte, Erlebnisse, Pauschalen

Konkretes Ziel: Produkte zur Förderung nachhaltiger Mobilität vor Ort stärken und weiterentwickeln

Worum es geht

Die *Berlin CityTourCard* bietet Besucher:innen Berlins 2023 bis zu 40 Prozent Rabatt bei über 30 Partner-Angeboten in der Stadt mit einer Gültigkeit von zwei bis sechs Tagen an. Das Kombi-Produkt unterstützt, wie auch die weiteren City Cards von *visitBerlin*, die **umweltfreundliche Mobilität** vor Ort: Nutzer:innen haben freie Fahrt mit U-Bahn, S-Bahn, Tram und Bus. Auch die Nutzung von **Leihfahrrädern** während des Aufenthalts wird in Form eines Rabatts gefördert.

Berlin CityTourCard

ÖPNV-Nutzung einfach und attraktiv machen

Was wir erreicht haben

- ✓ Nutzung des ÖPNV wird **gefördert**
- ✓ Nextbike als Fahrradverleih in CTC **inkludiert**

Was wir uns vorgenommen haben

- **Relaunch** der Webseite um Präsenz zu erhöhen

Weitere Zielsetzung

- Festlegung eines Prozesses zur Erhöhung des Anteils **nachhaltiger** Partner-Angebote

Weitere Infos

- [Berlin CityTourCard](#)
- [Berlin CityTourCard mit BVG-Ticket](#)



Bahnhit

Pauschalreisen mit nachhaltiger Mobilität

Zielvorgabe: Entwicklung und Vertrieb nachhaltiger Produkte, Erlebnisse, Pauschalen



Konkretes Ziel: Produkte zur Förderung nachhaltiger Anreiseformen sowie nachhaltiger Mobilität vor Ort stärken und weiterentwickeln

Worum es geht

Mobilität, und dabei vor allem An- und Abreisen, verursacht rund **75% der Gesamt-Emissionen**, die durch Tourismus entstehen. In der Wahl von emissionsärmerer Mobilität besteht also der effektivste Ansatz, Reisen klimafreundlicher zu gestalten.

BAHNHIT bietet **nachhaltige und attraktive Pauschalreisen** in über 80 Städte in Deutschland und Europa. Dabei umfassen die Angebote stets eine Bahnreise sowie ÖPNV-Nutzung vor Ort. Zum attraktiven Preis bekommen Kund:innen ein komfortables Paket aus deutschlandweiter An- und Abreise mit allen Zügen der Deutschen Bahn (offizieller Partner) inklusive Sitzplatzreservierung und Übernachtung in ausgewählten Hotels (+Frühstück). Wahlweise ist auch eine Variante buchbar, die Leihfahrräder inkludiert und die Mobilität vor Ort so noch einfacher und nachhaltiger gestalten lässt.



© visitBerlin, Foto: Martin Peterewitz



Bahnhit

Pauschalreisen mit nachhaltiger Mobilität

Was wir erreicht haben

- ✓ Im Fernverkehr der Deutschen Bahn werden zu **100 Prozent Ökostrom** genutzt
- ✓ Integration der Berlin WelcomeCard in das Angebot für Reisen nach Berlin
- ✓ Für erste Angebote und Destinationen wurden Leihfahrräder (inkl. Stellplätzen) und/ oder City Tickets für den ÖPNV zur innerstädtischen Nutzung inkludiert

Was wir uns vorgenommen haben

- Steigerung der Anzahl der Bahnhit-Buchungen um acht Prozent für 2024 und damit verbunden **Steigerung des Anteils umweltfreundlicher Bahnreisen** in Europa
- Inklusion von Leihfahrrädern und City Cards inkl. ÖPNV in weiteren Angeboten und Destinationen

Weitere Infos

- Günstige Städtereisen inkl. Bahn und Hotel
- Der Bahnhit: 4 Tage Berlin mit Bahn & Hotel

Ausblick

Wie wir unseren Weg weitergehen wollen.

Die hier vorgestellten Projekte und Maßnahmen geben einen Einblick in unsere Bemühungen. Wichtig ist, dass dies nicht als vollständige Auflistung zu verstehen ist – viele weitere Projekte und Maßnahmen aus den verschiedensten Bereichen, die auf eine nachhaltigere Entwicklung einzahlen, sind in Bearbeitung und Planung.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns kontinuierliche Verbesserung und Transformation. Wir möchten nicht stillstehen, so kann ein statischer Zustand der vermeintlichen Perfektion nicht das Ziel sein. Wir sind auf einem Weg, wollen dabei immer besser werden, dazulernen und den positiven Impact erhöhen. Dazu gehört auch, regelmäßig über unsere Entwicklung zu berichten.

Über Feedback, Vorschläge und Austausch zu unseren Projekte und Strategien freuen wir uns jederzeit und laden Sie ein, sich mit uns in Verbindung zu setzen!



Kontakt

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.



Luisa Mentz

Luisa.Mentz@visitBerlin.de



Nina Zantout

Nina.Zantout@visitBerlin.de



Sabine Wendt

Sabine.Wendt@visitBerlin.de



Gemeinsam für ein nachhaltiges Berlin

mit den Besucher:innen:

[Nachhaltiges Berlin](#)



mit den Touristiker:innen:

[Nachhaltige Tourismusedwicklung](#)

mit den MICE Partner:innen:

[Berlin Convention Office](#)

Impressum

Konzept

Berlin Tourismus & Kongress GmbH

Gröschel Branding GmbH

Redaktion

Berlin Tourismus & Kongress GmbH

Gestaltung

Berlin Tourismus & Kongress GmbH

Gröschel Branding GmbH

Berlin, 16. Januar 2024

