

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 Sehnsuchtsort des gesellschaftlichen Aufbruchs geworden.

Die 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- & Tourismus-Destinationen Europas entwickeln.

Ein zentrales Anliegen unserer Arbeit ist es, Stadtentwicklung und Tourismus in Einklang zu bringen und so die Zukunft der Stadt mit unserer touristischen Expertise aktiv mitzugestalten, indem wir die unterschiedlichen Bedürfnisse von Bewohner:innen und Besucher:innen verstehen, respektieren und in unseren strategischen Überlegungen einbringen.

Wir handeln für die Stadtgesellschaft und das Gemeinwohl, verstehen uns selbst als Teil der Stadt und treten zum Wohle Berlins ambitioniert und selbstbewusst für unsere Werte ein.

Als größte DMMO Deutschlands wollen wir unserer besonderen Verantwortung als Treiber der nachhaltigen Tourismusedwicklung der Stadt Berlin nachkommen und verpflichten uns auch selbst bei all unseren unternehmerischen Aktivitäten zur Umsetzung der elf Leitsätze des **Sustainable Berlin Commitments**, zu dessen Zeichnung wir auch alle Berliner Akteur:innen der Visitor Economy einladen:

UMWELT



1. Wir achten darauf, ressourcenschonend unter Berücksichtigung der Kreislaufwirtschaft zu handeln. Dabei verpflichten wir uns dem Grundsatz: vermeiden, vermindern und verwerten.



2. Wir verpflichten uns, unseren Betrieb energieeffizient und CO2-sparend zu gestalten. Dabei folgen wir dem Weg der Identifikation, Reduktion und Kompensation. Das langfristige Ziel ist Klimaneutralität.

GESELLSCHAFT



3. Wir engagieren uns aus Überzeugung für eine offene Gesellschaft und verpflichten uns zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit.



4. Wir setzen uns für ein attraktives Arbeitsumfeld ein und unterstützen die fachliche Fortbildung und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden.

5. Wir engagieren uns in unserem lokalen Umfeld.

6. Wir gehen achtsam mit den Bedürfnissen der Bewohner:innen und Besucher:innen unserer Stadt um.

WIRTSCHAFT



7. Wir verpflichten uns, aktiv nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

8. Wir haben für unser Angebot ein Qualitätsversprechen und verpflichten uns dazu dieses regelmäßig zu überprüfen.

9. Wir verpflichten uns, gemeinsam mit unseren Partner:innen unseren Einkauf langfristig nachhaltig auszurichten.

GRC



10. Wir verpflichten uns zu einem wertschätzenden und verantwortungsvollen Handeln gegenüber Mitarbeitenden, Partner:innen und Kund:innen.

11. Wir stehen im aktiven Austausch mit unseren Stakeholdern und beziehen deren Bedürfnisse mit ein.

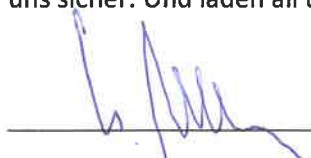
Mit unserer **visitBerlin-Nachhaltigkeitsstrategie** haben wir darüber hinaus einen strategischen Rahmen für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten als Unternehmen geschaffen. Neben Umweltbelangen und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit werden auch die Erwartungen und Bedürfnisse von Besucher:innen, Bewohner:innen und touristischen Akteur:innen konsequent berücksichtigt. In vier definierten Handlungsfeldern arbeiten wir auf folgende strategische Ziele zu:

- Etablierung *visitBerlins* als attraktiver sowie ökologisch und sozial verantwortungsbewusster Arbeitgeber
- Aufbau eines nachhaltigen Berlin-Images weltweit
- Entwicklung und Sicherung eines nachhaltigen und stadtverträglichen Berlin-Tourismus gemeinsam mit unseren Partnern
- Integration von Nachhaltigkeitskriterien in die Produktauswahl und Produktentwicklung

Zur Implementierung und Umsetzung setzen wir in jeder Abteilung jährlich konkrete Ziele, evaluieren ihren Erreichungsgrad und kommunizieren unsere Entwicklung. Dabei orientieren wir uns stets am Prinzip der **kontinuierlichen Verbesserung**. Neben der zentralen Position der *visitBerlin*-Nachhaltigkeitsmanagerin engagiert sich intern die eigens gegründete CSR-AG mit Vertreter:innen aller Abteilungen. Im regelmäßigen Austausch mit unseren Stakeholdern sind wir in der Lage notwendige Anpassungen zu identifizieren und in die Planung zu integrieren.

Seit 2020 sind wir zudem Mitglied des **Global Destination Sustainability Movement (GDSM)**, um unsere Nachhaltigkeitsperformance jährlich im globalen Vergleich mit anderen Metropoldestinationen zu messen.

Wir sind fernab von nachhaltiger Perfektion, sondern befinden uns viel mehr 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, Mitsstreiter:innen und Gäste ein, ihn mit uns zu gehen.



Burkhard Kieker, CEO *visitBerlin*



Sabine Wendt, CEO *visitBerlin*