



# Nachhaltigkeitsbericht 2024

Tourismuszweck-  
verband Moselregion  
Traben-Trarbach Kröv



## Impressum

### Herausgeber:

MOSELREGION  
Traben-Trarbach Kröv  
Bahnstraße 22  
56841 Traben-Trarbach  
Tel. 06541 81 84 572  
[info@moselregion.com](mailto:info@moselregion.com)  
[www.moselregion.com](http://www.moselregion.com)

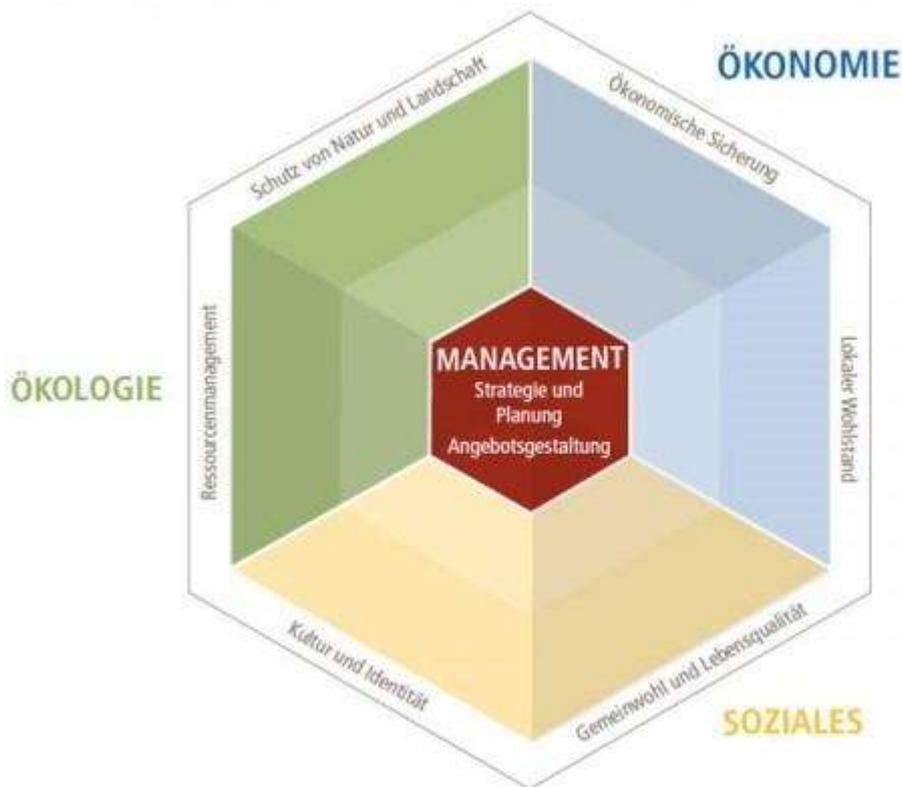
Verbandsvorsteher  
Bürgermeister Marcus Heintel

Geschäftsführerin und Nachhaltigkeitsbeauftragte  
Wiebke Pfitzmann

## Inhalt

1. Management: Strategie und Planung .....	4
1.1 Politische Entscheidung.....	4
1.2 Tourismusstrategie.....	5
1.3 Nachhaltigkeitsrat .....	6
1.4 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur.....	7
1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug .....	7
1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte*r.....	10
1.7 Partnerbetriebe.....	11
1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen .....	11
1.9 Nachhaltigkeitskommunikation .....	12
1.10 Nachhaltigkeitsbericht.....	13
1.11 Rechtskonformität .....	13
1.12 Standortmanagement .....	13
1.13 Verbesserungsmanagement.....	13
2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung.....	15
2.1 Gästezufriedenheit und -feedback .....	15
2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation.....	15
2.3 Besucherinformation und -sensibilisierung.....	18
2.4 Werbe- und Informationsmaterial .....	19
2.5 Erläuterung der Stätten .....	20
2.6 Barrierefreiheit .....	20
2.7 Nachhaltige Produktbausteine.....	21
3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung .....	23
3.1 Wirtschaftliche Stabilität .....	23
3.2 Saisonalität und wirtschaftliche Stabilität .....	24
3.3 Zufriedenheit mit der DMO .....	26
4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand.....	28
4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe.....	28
4.2 Öko-faire Beschaffung .....	28
4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung .....	29
5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft.....	31
5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt .....	31
5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren.....	31
5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt.....	33
5.3.1 Interaktion mit Wildtieren .....	33

5.4	Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild .....	33
5.5	Regional abgestimmte Besucher*innenlenkung .....	34
5.6	Naturnahe Flächen und Außenanlagen .....	35
5.7	Artenausbeutung und Tierschutz .....	35
6.	Umwelt: Ressourcenmanagement.....	36
6.1	Handlungsfelder des Klimawandels.....	36
6.1.1	Anpassung an den Klimawandel .....	36
6.2	Umweltschonende Mobilitätskonzepte .....	37
6.3	Umweltschonende An- und Abreise .....	37
6.4	Umweltschonende Mobilität vor Ort .....	38
6.5	Klima- und Umweltschutz in Betrieben.....	39
6.6	Wasserverbrauch und Wasserrisiko .....	39
6.7	Wasserqualität und Abwasser .....	39
6.8	Licht- und Lärmverschmutzung.....	40
6.9	Energieeffizienz .....	40
6.10	Abfall.....	41
6.11	Papier .....	41
6.12	Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten.....	42
7.	Soziales: Kultur und Identität.....	43
7.1	Schutz und Erhalt von Kulturgütern.....	43
7.2	Kulturelle Artefakte .....	43
7.3	Geistiges Eigentum .....	43
7.4	Kulturelle Identität.....	43
7.5	Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten.....	44
8.	Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität.....	45
8.1	Menschenrechte.....	45
8.2	Risikomanagement.....	45
8.3	Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen .....	46
8.4	Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung.....	46
8.5	Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement.....	46
8.6	Arbeitsbedingungen in der DMO.....	47
8.7	Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO.....	48
8.8	Toleranz und Inklusion .....	48
8.9	Schulung zur Nachhaltigkeit .....	48



## 1. Management: Strategie und Planung

### 1.1 Politische Entscheidung

Die Moselregion Traben-Trarbach Kröv liegt zwischen Trier und Koblenz und ist eine attraktive Tages- und Übernachtungsdestination. Räumlich entspricht die Moselregion Traben-Trarbach Kröv der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach, zu der neben der Stadt Traben-Trarbach 15 eigenständige Ortsgemeinden gehören.

Zum 01.01.2019 wurde der Tourismuszweckverband Moselregion Traben-Trarbach Kröv (TZV) gegründet. Vorausgegangen war ein dreijähriger Prozess zur Bildung eines Tourismus Service Centers (TSC) gemäß den landesweiten Vorgaben des Tourismus- und Heilbäderverbands Rheinland-Pfalz e.V. (THV). Der TZV übernimmt für die Verbandsgemeinde, die Stadt Traben-Trarbach und die Ortsgemeinden Reil, Burg/ Mosel, Enkirch, Starkenburg, Kröv und Kinheim die gemeinsame touristische Vermarktung. Zweck, Finanzierung und Organisation des TZV regelt die Verbandsordnung, Gremienentscheidungen des TZV werden in der Zweckverbandsversammlung getroffen.

Wesentliche Aufgabenstellungen des TZV sind:

- Nationale und internationale Vermarktung der touristischen Destination
- Imagewerbung und Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Pressearbeit und PR-Kommunikation
- Internes und externes Marketing
- Sicherung und Pflege regionsweiter Infrastruktur

- Qualitätsmanagement
- Themenprofilierung
- Angebotsoptimierung
- Optimierung der Organisationsstrukturen.

## 1.2 Tourismusstrategie

Seit 2019 arbeitet der TZV mit strategischen Grundlagen für die touristische Marktbearbeitung in Form eines Tourismuskonzeptes. Das Konzept soll dazu beitragen die touristische Entwicklung positiv fortzusetzen und hierfür konzeptionelle Grundlagen zu liefern. Das Tourismuskonzept formuliert im Wesentlichen Potentiale für eine zukünftige Entwicklung, gemeinsame Visionen und Ziele, thematische Kernkompetenzen und Zielgruppen sowie Handlungsempfehlungen und konkrete Maßnahmen zur Umsetzung. Die maßgeblichen Interessengruppen aus Politik und Tourismuswirtschaft wurden von Anfang an in die Entwicklung des Tourismuskonzepts und des Maßnahmenplans einbezogen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist als Kernziel definiert, die Zielsetzungen des TZV sind im Einzelnen:

- Nachhaltige Tourismusentwicklung
- Stetige Erhöhungen der Angebots- und Aufenthaltsqualität
- Langfristige Verbesserung zielgruppenspezifischer Außenkommunikation
- Festigung der Zusammenarbeit innerhalb der Moselregion

Weitere strategische Grundlagen wurden mit der Erarbeitung eines Marketingkonzeptes vorgelegt. Dieses Konzept regelt im Wesentlichen das Corporate Design und die Organisation des Marketings des TZV. Die Marketingmaßnahmen richten sich dementsprechend nach dem Marketingkonzept und dem jährlichen Marketingplan, der mit der Zweckverbandsversammlung abgestimmt wird.

Das Tourismuskonzept und das Marketingkonzept werden auf der Website des TZV veröffentlicht.



Workshop Tourismskonzept in 2020, ©TZV

### 1.3 Nachhaltigkeitsrat

Das Thema Nachhaltigkeit soll zukünftig stetig verbessert und weiterentwickelt werden. Um einen Austausch politischer Entscheidungsträger, touristischer Akteure und fachlicher Expertise zu gewährleisten, wurde ein Nachhaltigkeitsrat ins Leben gerufen. Zur konstituierenden Versammlung kam dieser am 18. April 2024 erstmals zusammen. Aufgabe des Nachhaltigkeitsrates soll es zukünftig sein, dem TZV beratend für die Thematik Nachhaltigkeit zur Seite zu stehen und dabei die Weiterentwicklung von nachhaltigen Projekten zu begleiten, Verantwortlichkeiten festzulegen und die nachhaltige Entwicklung in der Destination in der Gesamtheit zu fördern und zu fokussieren.

Der Nachhaltigkeitsrat bildet gleichermaßen politische Vertreter, Tourismuswirtschaft und Zivilgesellschaft ab:

- Vertreter der Zweckverbandsversammlung TZV
- Zweckverbandsvorsteher TZV
- GeschäftsführerIn TZV
- Verbandsgemeindeentwickler
- Klimaschutzpate
- Vertreter Tourismuswirtschaft (Freizeit, Gastronomie, Übernachtung, Weinbau)
- Vertreter Gästeführer
- Vertreter NaturerlebnisbegleiterInnen
- Vertreter Tourist-Informationen

#### Nachhaltigkeitsrat Tourismuszweckverband, Stand Mai 2024

Funktion	Anrede	Vorname	Name
Ortsgemeinde Burg (Mosel) - Ortsbürgermeister	Herr	Rudolf	Bucher
Ortsgemeinde Enkirch - Ortsbürgermeister	Herr	Roland	Bender
Verbandsgemeinde Traben-Trarbach	Herr	Rolf	Pohl

Verbandsgemeinde Traben-Trarbach	Herr	Marcus	Heintel
Ortsgemeinde Kinheim - 2. Beigeordneter	Herr	Achim	Blumberg
Stadt Traben-Trarbach - Stadtbürgermeister	Herr	Patrice	Langer
Ortsgemeinde Reil - Ortsbürgermeisterin	Frau	Elke	Schnabel
Ortsgemeinde Kröv - Ortsbürgermeisterin	Frau	Desire	Beth
Ortsgemeinde Starkenburg - Ortsbürgermeister	Herr	Jörg	Emmerich
Geschäftsführerin Tourismuszweckverband	Frau	Wiebke	Pfitzmann
Verbandsgemeindeentwickler	Herr	Malte	Ortner
Klimaschutzpate/ Vertreter Gastronomie	Herr	Maximilian	Truong
Vertreter Winzer/ Fewo	Frau	Ulrike	Boor
Vertreter Winzer/ Fewo	Herr	Jan	Klein
Vertreter Hotel	Frau	Melanie	Trasser
Vertreter Gastronomie/ Fewo	Herr	Thomas	Franzen
Vertreter Winzer	Herr	Harald	Steffens
Vertreter Winzer/ Naturerlebnisbegleiter	Frau	Julia	Molitor
Vertreter Freizeitanbieter	Herr	Sebastian	Römer
Vertreter Tourist-Informationen	Frau	Laura	Harbecke
Vertreter Gästeführer/ Naturerlebnisbegleiter	Herr	Achim	Ochs

#### 1.4 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur

Der TZV übernimmt für die Verbandsgemeinde und die Mitglieder des Tourismuszweckverbandes das regionale Destinationsmanagement. Verantwortlichkeiten und Finanzierung wird durch die Satzung geregelt. Die Verbandsmitglieder beteiligen sich dabei mittels Umlage am Finanzbedarf und der TZV verfügt über eigene Personalstellen. In 2024 sind alle tourismusrelevanten Gemeinden der Verbandsgemeinde eigenes Mitglied im TZV. Zusätzlich ist die Verbandsgemeinde Mitglied im TZV und stellt damit auch eine Basismitgliedschaft für alle übrigen Gemeinden in der Verbandsgemeinde dar.

	Einheit	2022	2023
1.4.1. Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität haben	37,5%	7	7
1.4.2. Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die in der DMO organisatorisch direkt vertreten sind	37,5%	7	7

#### 1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug

Die Moselregion Traben-Trarbach Kröv ist eine Region, die stark vom Natur- und Aktivtourismus in Kombination mit dem Erleben der Wein- und Kulturlandschaft geprägt ist. Der Wirtschaftsfaktor Tourismus spielt eine übergeordnete Rolle. Ein Zusammenspiel zwischen ökologischen, ökonomischen und sozialen Aspekten gibt es bereits, eine Verzahnung dieser drei Lebens- und Nachhaltigkeitsbereiche wird in Zukunft immer wichtiger.

Vor dem Hintergrund globaler Krisen, Klimawandel und Ressourcenknappheit geht es bei nachhaltiger Entwicklung um nichts weniger als unsere Zukunft. Der Tourismus ist dabei ganz besonders in der Pflicht, leidet er doch einerseits unter der globalen Veränderung, andererseits ist er doch selbst auch Treiber und Katalysator. Mit diesem Bewusstsein ist es verständlich, dass der Wunsch unserer Gäste nach umwelt- und sozialverträglichen Reisen kontinuierlich steigt.

Neue Urlaubsangebote müssen ökologisch sensibel, ökonomisch tragfähig und sozial ausgewogen gestaltet werden. Zukünftig betrachten wir Tourismus und Nachhaltigkeit nicht mehr als eigenständige Bereiche, sondern fordern alle Akteure zu einer verzahnten Denk- und Handlungsweise auf – Leistungsanbieter gleichermaßen wie Politik, touristische Verbände und Organisationen.

Nicht zuletzt liegt es im ganz persönlichen Interesse unserer Organisation, uns aus Überzeugung für eine erfreuliche Zukunft für uns und nachfolgende Generationen nachhaltig zu engagieren. Wir sind uns bewusst, dass dies ein hohes Maß an Veränderung erfordert und auch wir uns auf einen andauernden Prozess einlassen müssen.

### **Was ist unser Verständnis von Nachhaltigkeit?**

Touristische Nachhaltigkeit verstehen wir nicht nur als Trend im Tourismus, sondern als einen dynamischen und andauernden Prozess, in dem wir uns in einem ständigen Wandel befinden werden. Als zukunftsfähiges Strategiethema wird Nachhaltigkeit den touristischen Organisationen und Leistungsanbietern als Querschnittsaufgabe bei allen ökonomischen, ökologischen und sozialen Entscheidungen begegnen. Um weiterhin als attraktive Tourismusdestination positionierbar zu sein, brauchen wir intakte und gesunde Weinkulturlandschaft. Ebenso wichtig sind aber auch zukunftsfähig aufgestellte Betriebe und ein gesichertes soziales Umfeld, das ein gesundes Arbeitsklima ermöglicht, um auch Mitarbeitende an unseren touristischen Standort zu binden. Kurzum muss der Tourismus zukünftig nachhaltiger aufgestellt werden, um veränderten Ansprüchen und Rahmenbedingungen gerecht zu werden und dabei unsere Weinkulturlandschaft zu schützen.

Eine nachhaltige Entwicklung zielt also darauf ab, verantwortungsbewusst mit den endlichen Ressourcen umzugehen, damit heutige und künftige Generationen in ihren Möglichkeiten nicht eingeschränkt werden. Das Konzept der Nachhaltigkeit basiert dementsprechend auf drei gleichberechtigten Prinzipien, die gleichwertig im Einklang stehen:



## Unsere Leitsätze

**Jeder kann im Kleinen was tun, um im Großen etwas zu erreichen. Nur gemeinsam sind wir erfolgreich!**

### **1. Unsere Weinkulturlandschaft ist die wichtigste touristische Ressource**

Die ökologische Komponente nimmt eine zentrale Bedeutung in der touristischen Vermarktung ein. Wir setzen uns durch unsere verbesserten Betriebsabläufe für den Erhalt und die Verbesserung dieser Naturkulisse ein.

### **2. Nachhaltigkeit verstehen wir als fortlaufenden Prozess**

Wir integrieren diesen Prozess in unsere tägliche Arbeit. Dafür entwickeln wir Standards mit klaren Verantwortlichkeiten und passen diese an veränderte Gegebenheiten an.

### **3. Unser Team und unser Partnernetzwerk ist eine wertvolle Ressource**

Nachhaltigkeit ist Teamarbeit und im Team sind wir stark. Wir erarbeiten Lösungen im Team und mit unseren Partnern, um miteinander nachhaltig zu agieren. Dabei rücken wir die Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende in den Fokus.

Mit unseren Partnern bündeln wir kleine Projekte, um große Wirkung zu erzielen.

### **4. Wir leben einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen**

Unseren internen Verbrauch und Beschaffung stellen wir auf den Prüfstand, regionale Beschaffung gewinnt für uns an Bedeutung. Wir setzen uns interne Ziele, um ein nachhaltiges Arbeiten im Büro zu realisieren.

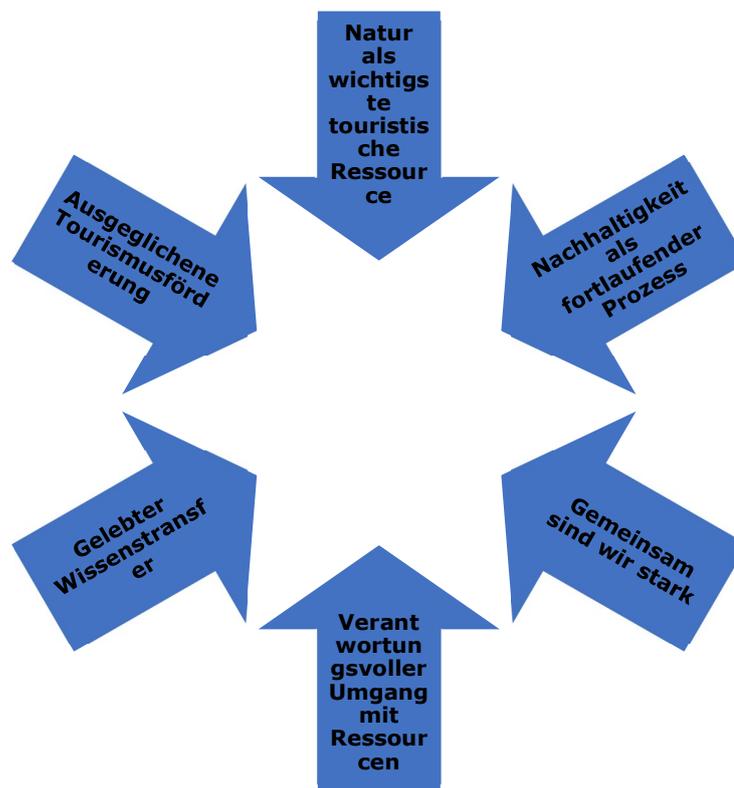
### 5. Nachhaltigkeit ist gelebter Wissenstransfer

Wir sensibilisieren Partner unserer Region zu Nachhaltigkeitsthemen, klären über aktuelle Projekte auf und kommunizieren unsere Nachhaltigkeitsprojekte aktiv.

Wir bilden uns regelmäßig zu nachhaltigen Themen fort und geben dieses Wissen an Partner weiter.

### 6. Ausgeglichene Tourismusförderung hat für uns einen hohen Stellenwert

Unsere touristischen Angebote sind ökologisch, sozial und ökonomisch gestaltet. Ein verantwortungsvoller Mitteleinsatz und eine transparente Arbeitsweise sollen diesen Aspekten Rechnung tragen und die hohe ökonomische Bedeutung des Tourismus für unsere Region im Blick behalten.



### 1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte\*r

Der TZV arbeitet mit einem Team aus Verantwortlichen, die sich um die Aufgaben der Nachhaltigkeitsentwicklung kümmern. Die Aufgaben sind beschrieben und Verantwortlichkeiten sind den jeweiligen Mitarbeitenden bewusst. Eine der Mitarbeitenden ist Ansprechpartnerin für externe Stakeholder und das

Partnernetzwerk. Derzeit übernimmt Renée Neuls die Kommunikation mit externen Stakeholdern und Wiebke Pfitzmann betreut die Gesamtprojektleitung

## 1.7 Partnerbetriebe

Der TZV hat sich in 2023 auf den Weg gemacht, sich als nachhaltiges Reiseziel zu etablieren und zu zertifizieren. Eine Zertifizierung soll dabei von der Fa. Tourcert begleitet werden. In diesem Rahmen wurde Ende 2023 mit dem Aufbau eines Partnernetzwerkes begonnen. Sieben Betriebe konnten bis April 2024 in das Partnernetzwerk aufgenommen werden. Der TZV informiert und unterstützt Betriebe weiterhin über die Möglichkeiten, Partnerbetrieb zu werden und möchte das Partnernetzwerk auch zukünftig erweitern.

	Einheit 2024	
Anzahl anerkannter Partnerbetriebe	Anz.	13
Davon Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	Anz.	4
Davon Anzahl von gastgewerblichen Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	Anz.	12

Betrieb	Betriebsart
Touristinformation Enkirch	Touristinformation
Touristinformation Kinheim	Touristinformation
Touristinformation Kröv	Touristinformation
Touristinformation Traben-Trarbach	Touristinformation
Weingut Hahn	Weingut und Ferienwohnungen
Weingut Emil Dauns	Weingut und Ferienwohnungen
Weingut Stairs n' Roses	Weingut
Weingut und Gästehaus Staffelter Hof	Weingut und Ferienwohnungen
Ferienwohnung Mosel 106,5	Ferienwohnung
Café und Gästehaus Echternacher Hof	Gastronomie und Ferienwohnung
3und5 Kaffeerösterei	Gewerbe/ regionale Produkte
Hotel Moselschlösschen	Hotel
Ferienpark Landal Mont Royal	Unterkunft

Partnernetzwerk TZV, Stand September 2024

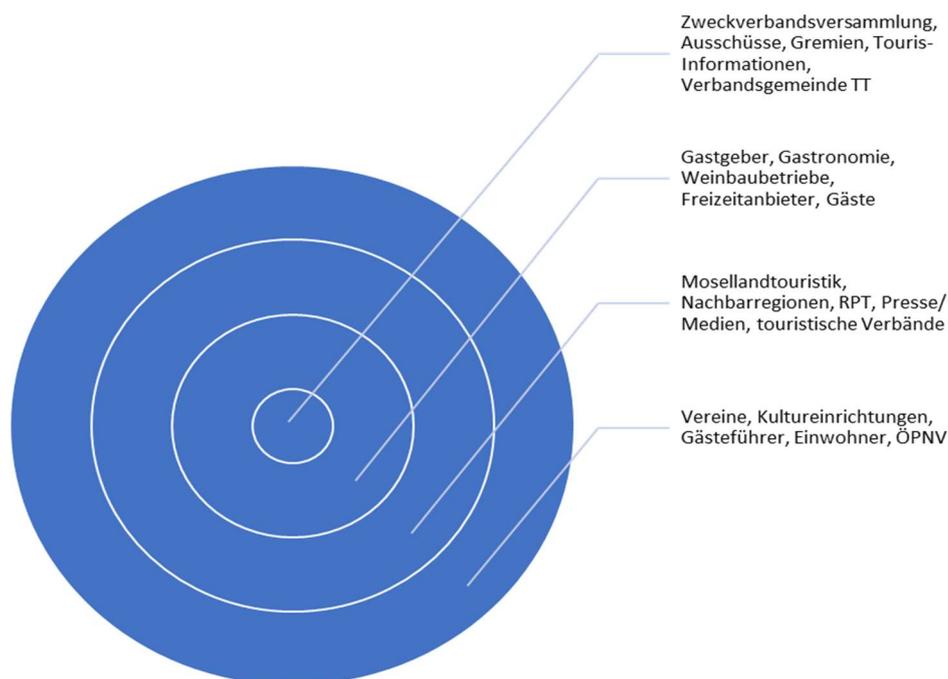
## 1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen

Der TZV ist im stetigen Austausch mit einer Vielzahl an Stakeholdern. Der Einfluss und die Intensität variieren je nach Stakeholder und sind zum Teil auch untereinander verknüpft.

Die Kommunikation mit Stakeholdern ist von entscheidender Bedeutung für den TZV, um den Erfolg der touristischen Entwicklung in der Region sicherzustellen. Dabei ist sich der TZV über die Art und Umfang, Bedürfnisse und Ziele einzelner

Stakeholder bewusst und passt die Kommunikationswege und Intensität der Kommunikation entsprechend den Anspruchsgruppen an. Der TZV steht dementsprechend in unterschiedlichsten Formaten mit den Stakeholdern in Verbindung, wie z.B. Gremiensitzungen, Ausschüsse, Informationsmaterial online und Print, Workshops und Veranstaltungen, Pressearbeit etc. In den voran genannten Formaten wurde seit 2023 auch das Thema Nachhaltigkeit kommuniziert und soll zukünftig noch stärker in den Fokus rücken.

## Stakeholdermap TZV



### 1.9 Nachhaltigkeitskommunikation

Der TZV hat seit Beginn der Arbeit Leistungsträger kontinuierlich über die Bestrebungen auf dem Weg zu einem nachhaltigen Reiseziel informiert. In Flyern, Emails und Veranstaltungen wurde zu dem Thema sensibilisiert und beraten. Speziell die Mitarbeitenden der Tourist-Informationen wurden in den gesamten Prozess eingebunden, um Informationen an Gäste vor Ort heranzutragen und eine entsprechende Gästekommunikation zu erstellen.

Aspekte der Nachhaltigkeit rücken bei der Kommunikation stärker in den Fokus und werden in die Kommunikationsstrategie mit einbezogen. So wurde beispielsweise bei der Einführung einer Gästekarte seit dem 01.03.24 die Vorteile der Nutzung der digitalen Variante betont und hier vor allem auf das Thema Nachhaltigkeit eingegangen.

Zukünftig soll die Kommunikation von Nachhaltigkeitsaspekten gegenüber Leistungsanbietern und Gästen noch intensiviert werden und mit der Zertifizierung auch eine feste Verankerung in der Kommunikationsstrategie erfahren.

	Einheit	2022	2023
1.9.1. Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung	57 %	-	8

## 1.10 Nachhaltigkeitsbericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht stellt relevante Themen, Initiativen und Maßnahmen für den Erfüllungsgrad der Zertifizierungskriterien dar. Ein gesondertes Verbesserungsprogramm liegt vor.

Nach Abschluss der Zertifizierung sollen die wichtigsten Punkte der Öffentlichkeit und vor allem den Partnern zugänglich gemacht werden.

## 1.11 Rechtskonformität

Die im Nachhaltigkeitsprozess involvierten Stakeholder und der TZV kennen und erfüllen alle relevanten Gesetze.

## 1.12 Standortmanagement

Die Verbandsgemeinde Traben-Trarbach verfügt über Planungsrichtlinien welche sich aus der Gesetzgebung der Europäischen Union, des Bundes und des Landes ergeben. Gesetze wie das BauGB, BNatSchG regeln allgemeine landesweit gültige Sachverhalte. Durch den Landesentwicklungsplan, den Raumordnungsplan Trier, das Landschaftsschutzgebiet Mosel, oder den Flächennutzungsplan der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach wird die Entwicklung des Standortes kontrolliert. Über Satzungen können die Träger der Destination die Gestaltung von Bereichen kontrollieren und die Auswirkungen von Maßnahmen in einer Vielzahl von Themenfeldern steuern. Leitlinien, Strategien und Konzepte werden unter Beteiligung der Öffentlichkeit erstellt, kommuniziert und umgesetzt.

## 1.13 Verbesserungsmanagement

Ein zentrales Anliegen nach dem Analyseprozess besteht in der Entwicklung von Richtlinien und Standards und der kontinuierlichen Verbesserung des nachhaltigen Tourismus. Während der Analyse wurden Kernbereiche festgestellt und in diesen ein erstes Maßnahmenprogramm erarbeitet. Das Verbesserungsprogramm wurde in kurz- und mittelfristige Maßnahmen unterteilt. Der Maßnahmenkatalog soll dabei jährlich evaluiert und überarbeitet werden, um auf geänderte Rahmenbedingungen und neue nachhaltige Projektideen flexibel zu reagieren. Kontinuierliche Verbesserung und Innovation sind entscheidend, um langfristige positive Auswirkungen zu erzielen. Die Begleitung des Verbesserungsprogramms wird neben dem TZV auch der Nachhaltigkeitsbeirat übernehmen.

Die Kernbereiche wurden dabei folgendermaßen definiert:

### **1. Management: Strategie & Planung und Nachhaltige Angebotsgestaltung**

- kontinuierliche Bewusstseinsbildung
- Ausbau des Partnernetzwerkes
- Erarbeitung von Richtlinien und Standards für nachhaltigen Tourismus

## **2. Ökonomie: Ökonomische Sicherung und Lokaler Wohlstand**

- Förderung von lokalen Tourismusinitiativen mit regionalem Bezug

## **3. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft und Ressourcenmanagement**

- Implementierung zur Reduzierung von Umweltbelastungen durch Tourismusaktivitäten

## **4. Soziales: Kultur und Identität und Gemeinwohl und Lebensqualität**

- kulturelle Sensibilisierung von Einheimischen und Touristen
- Förderung von respektvollem Umgang mit lokalen Dienstleistungen, Produkten und Einrichtungen
- Community Einbindung zur langfristigen Akzeptanz

## 2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung

### 2.1 Gästezufriedenheit und -feedback

Gäste, die Übernachtungs- und Zusatzleistungen über das eigene Buchungssystem tätigen, erhalten nach Abreise einen Link zur Beurteilung ihres Aufenthalts. In einigen Tourist-Informationen liegen Fragebögen zur Beurteilung des Aufenthalts aus. Eingegangene Beschwerden werden zentral vom Tourismuszweckverband bearbeitet und ausgewertet. Dabei wird Wert daraufgelegt, alle Akteure bei einer Beschwerde mit einzubeziehen.

Es handelt sich dabei eher um Momentaufnahmen und nicht um repräsentative Auswertungen.

Zentrale, allgemeine Umfragen zur Gästezufriedenheit in der Region von Seiten des TZV gibt es bisher nicht, da der TZV oft nicht im direkten Gästekontakt steht.

Das Thema Gästezufriedenheit soll im Rahmen des Verbesserungsprogramm mittelfristig noch einmal genauer analysiert werden, um die soziale Dimension der Nachhaltigkeit zu verbessern und entsprechende Richtlinien und Standards einzuführen.

### 2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation

Die Moselregion legt großen Wert auf Qualität und ist daher selbst als Service Q Betrieb zertifiziert. Damit wird dem Anspruch auf einen guten Service für den Gast als Vorbild vorausgegangen. Die Qualität von Dienstleistungen ist entscheidend für die Zufriedenheit der Kunden und den Erfolg eines Unternehmens. Unternehmen können die Servicequalität durch kontinuierliches Training ihres Personals, Implementierung effektiver Prozesse, Feedback von Kunden und regelmäßige Überprüfung und Verbesserung ihrer Dienstleistungen sicherstellen. Servicequalität kann auch durch die Verwendung von Technologie wie z.B.: automatisierte Systeme und digitale Plattformen verbessert werden, um die Interaktion mit Kunden zu erleichtern und den Service effizienter zu gestalten. Letztendlich ist eine hohe Servicequalität ein wesentlicher Wettbewerbsvorteil, der die Kundenbindung fördert und das Image eines Unternehmens stärkt. Mit der Verstärkung und Förderung von Online Buchbarkeit entlang der kompletten Customer Journey werden somit gleich mehrere Aspekte berücksichtigt. Der TZV sieht Maßnahmen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Fokus ebenso wie die Kommunikation mit den Gastgeber. Die Gastgeber sollen bei ihren Tätigkeiten bestmöglich unterstützt und mit Hilfe einfach verständlicher Informationen und gleichzeitig mit Wissen als auch mit aktuellen Informationen versorgt werden. Die Implementierung eines Newsletters für Gäste aber auch für Gastgeber ist für die nahe Zukunft geplant.

Im Rahmen einer jährlichen Schulungsmaßnahme entweder in Form einer Fortbildung zu übergreifenden Themen oder aber auch als Produkttest, bietet die Moselregion den örtlichen Tourist-Informationen nicht nur eine Möglichkeit des Austausches unter Kollegen, sondern verfolgt damit auch eine gemeinschaftliche Qualitätsoffensive. In der Vergangenheit wurden hier Themen wie Verkaufsförderung, Beschwerdemanagement, Angebotsgestaltung oder auch

innovative Angebote zu entwickeln, auf die Tagesordnung gerufen. Daraus sind auch schon tolle neue Projekte in die Umsetzung gegangen, was nochmals auf die Wichtigkeit der gemeinschaftlichen Arbeit für den Gast einzahlt.

Darüber hinaus ist die Moselregion als Prüfer für Wanderbares Deutschland (4 zertifizierte Betriebe), Bett & Bike (9 zertifizierte Betriebe) sowie die DTV Sterne Klassifizierung (72 zertifizierte Betriebe) ausgebildet.

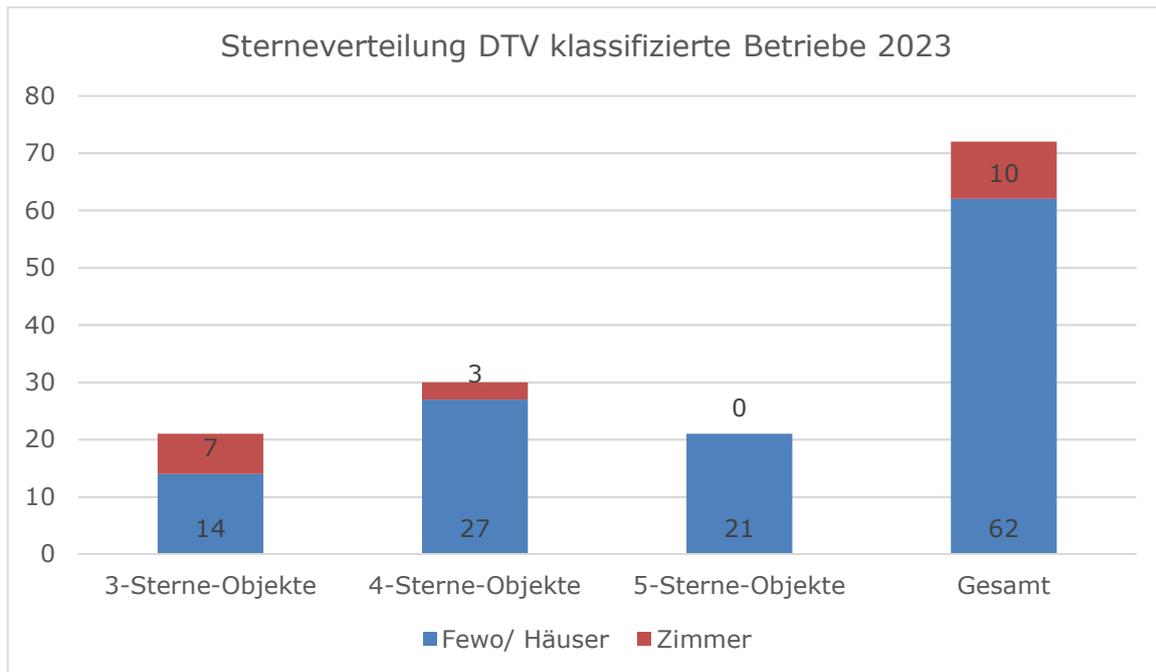


Zertifikat Wanderbares Deutschland



Zertifikat bett&bike

Damit wird vor allem der Qualitätserhalt gefördert, da ein regelmäßiger Austausch mit den Betrieben stattfindet und Verbesserungspotential ganz individuell angepasst werden kann. Als Prüfer steht die Moselregion vor allem als Berater zur Seite und zeigt Möglichkeiten auf. Der persönliche Kontakt und die Austauschmöglichkeit mit den Gastgebern ist besonders wichtig und wird durch regelmäßige Überprüfungen gefördert. Die Moselregion setzt sich nach wie vor dafür ein, die Qualität aller touristischen Leistungen auf ein hohes Niveau zu setzen und zu halten, um im Wettbewerbsvergleich bestehen zu können. Ein breites Leistungsspektrum ist wichtig, um den verschiedenen Bedürfnissen der Gäste nachzukommen. Daher ist auch die Förderung der Teilnahme an Qualitätsoffensiven wie Klassifizierungen besonders wichtig. Die klassifizierten Betriebe werden zudem in den Marketingkanälen gekennzeichnet und bevorzugt platziert.



Die Wanderwege der Region werden durch Wegepaten überprüft, es befinden sich außerdem 5 zertifizierte Wanderwege in der Region. Die Etappen des Moselradwegs in der Verbandsgemeinde sind zertifiziert und werden dementsprechend regelmäßig befahren und gewartet.



Wegelogo Moselsteig Partnerweg und Moselradweg, ©Mosellandtouristik

Die Moselregion versteht sich auch als Impulsgeber und Vorreiter, auf bestimmte touristische Trends zu reagieren. Innovationen fördern und Digitalisierung vorantreiben sind dafür passende Themen. Die Moselregion steht mit Ideen und Expertise den Gastgebern und Leistungsträgern mit Rat und Tat zur Seite. Gemeinschaftliche Projekte zu fördern und umzusetzen ist beispielsweise bei der Mosel Gebietsvinothek bereits geglückt. Auch das Thema Digitalisierung und Datenmanagement fällt unter die Rubrik Servicequalität. Die Moselregion fördert die einheitliche und ordentliche Datenpflege im Rheinland-Pfalz weiten Buchungssystem Deskline ebenso wie die Online Buchbarkeit von Betrieben und Zusatzleistungen. Die Standards der Mosellandtouristik sowie von Rheinland-Pfalz werden innerhalb der Region versucht umzusetzen, dafür steht die Moselregion als Ansprechpartner beratend für die örtlichen Tourist-Informationen zur Verfügung. Ebenso werden regelmäßig Gespräche mit Gastgebern geführt zur Erläuterung der Systeme und die Akquirierung weiterer buchbarer Leistungen über

das Buchungssystem. Damit wird die Destination wettbewerbsfähig und Gästeorientiert aufgestellt, um besonders die junge Zielgruppe anzusprechen.

	Einheit	2022	2023
2.2.1. Anteil von Tourismusbetrieben mit einer DTV-Sterneklassifizierung	Anzahl	76	72

## 2.3 Besucherinformation und -sensibilisierung

Das Moseltal ist als Landschaftsschutzgebiet klassifiziert und hat somit besondere naturschutzrechtliche Auflagen. Auch andere Gebiete in der Moselregion Traben-Trarbach Kröv sind als FFH-, Vogelschutz- und/ oder Heilquellenschutzgebiete klassifiziert. Im Zusammenspiel mit der hohen Beliebtheit von Outdoor Aktivitäten der Gäste ist eine Sensibilisierung zum nachhaltigen Umgang mit der Natur sehr wichtig.

Gäste werden über mögliche Probleme in den Tourist-Informationen, online und vor Ort (z.B. Infotafeln an Wanderwegen) über mögliche Probleme und aktuelle Ereignisse aufmerksam gemacht.

Allgemeine Informationen zu ressourcenschonendem Aufenthalt werden von Leistungsanbietern und Tourist-Informationen zur Verfügung gestellt. Kontaktpersonen während der gesamten Customer Journey übernehmen somit Verantwortung bei der Information zur Sensibilisierung von Gästen.

Spezielle Produkte in der Region beschäftigen sich mit Themen des Umweltschutzes, z.B. "Weinbaulehrpfad Klimaschutz".

	Einheit	2022	2023
2.3.1. Anzahl von touristischen Informationsstellen	Anzahl	7	7

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsevaluierung wurde eine Befragung der Mitarbeitenden in den Tourist-Informationen durchgeführt, die vor allem einen direkten Gästekontakt haben. Hierbei fällt auf, dass die Sensibilisierung auf das Thema „Nachhaltigkeit“ in vielen Teilen eher im operativen Geschäft erfolgt ist. Dies deckt sich auch mit dem Wunsch der Mitarbeitenden zukünftig verstärkt Qualifizierungsmaßnahmen in diesem Bereich zu erhalten. Eine entsprechende Maßnahme im Rahmen des Verbesserungsprogramms ist geplant.

Ebenso werden die Informationsmaterialien für den Gast recht unterschiedlich bewertet. Zwar ist man sich fast einig, dass die Informationen in ausreichender Menge und Informationstiefe vorliegen, eine Fokussierung auf nachhaltige Themen wird aber größtenteils nicht wahrgenommen. Hier muss zukünftig gemeinsam mit dem Fachbeirat des TZV eine Überarbeitung der vorhandenen Materialien angestrebt werden.

## 2.4 Werbe- und Informationsmaterial

Die Werbemittel werden auf den Prüfstand gestellt und abgewogen, welche Mittel und Maßnahmen sowohl zielführend als auch nachhaltig sind. Die Produktion insbesondere von Printwerbung wird auf das Nötigste reduziert, der Fokus aller Marketingmaßnahmen liegt im Online Bereich. Die gut strukturierte und besucherfreundliche Website enthält alle Informationen, die für den Gast wichtig sind. Mit der neu gelaunchten PWA (Progressive Web App) wird dem Gast neben der Möglichkeit, seine Mollie Guestcard zu speichern für den Gebrauch vor Ort, auch noch ein digitaler Reiseführer angeboten. Ziel ist es, dem Gast eine einfache und umfassende Informationsmöglichkeit vor Ort zu geben, ohne auf zahlreiche Flyer und Prospekte zurückgreifen zu müssen. Zudem hat der Gast die Möglichkeit, sich eine eigene Merkliste mit den für ihn relevanten Sehenswürdigkeiten oder Veranstaltungen zu erstellen und somit seinen Reiseführer ganz individuell zu gestalten.



Digitaler Reiseführer, ©TZV

Bei der Produktion von Printmedien wird vermehrt auf die Verwendung von zertifiziertem Material geachtet. Unternehmen, die umweltfreundliche Methoden anbieten und sich zudem nachhaltig engagieren, werden bevorzugt ausgewählt für die Auftragsvergabe. Grundsätzlich wird die lokale Wirtschaft gefördert, indem regionale Anbieter bei der Vergabe ebenfalls bevorzugt werden. Somit werden nicht nur weite Lieferwege vermieden und die lokalen Unternehmen gestärkt, sondern auch Arbeitsplätze in der Region gesichert.

Um für das Thema Nachhaltiges Reiseziel weiter zu sensibilisieren und der Öffentlichkeit zu zeigen, dass dies in der Moselregion wichtig ist, wurden bereits verschiedene Maßnahmen ergriffen. Es wurde ein Flyer erstellt, der besonders möglichen Partnerbetrieben aufzeigt, wie sie sich engagieren können. Darüber hinaus wurden Berichte in der örtlichen Presse kommuniziert sowie auf den Kanälen der Sozialen Medien der Moselregion. Ein Bericht und eine kurze Vorstellung zum Nachhaltigkeitsrat wurden ebenfalls publiziert. Aktuell wird ein Vorstellungsvideo der Partnerbetriebe geplant, bei dem die Partner sowie deren aktuelles Engagement im Bereich Nachhaltigkeit vorgestellt werden. Es soll zum einen anderen Interessenten zeigen, wie leicht es ist, sich zu engagieren und zum anderen auch inspirieren. Diese Videos werden im Anschluss über die Sozialen Medien sowie auf der Website veröffentlicht. Auf der Website wird es zukünftig eine eigene Rubrik geben, wo alle Partner nochmal gesondert präsentiert werden.

## 2.5 Erläuterung der Stätten

Die verschiedenen Sehenswürdigkeiten befinden sich größtenteils in kommunaler Hand und werden von den jeweiligen Tourist Informationen für die Gäste beworben. Zu den Stätten gibt es Informationsmaterialien in unterschiedlichen Formen (Print, digital, Augmented Reality...), die vor allem die kulturelle Bedeutung und die Geschichte erläutern. Die Informationen sind vorab zugänglich oder vor Ort in Form von Informationstafeln und Rundgängen verfügbar. Größtenteils sind die Erläuterungen mehrsprachig und teilweise auch für eingeschränkte Besuchergruppen verfügbar (z.B. Audiotour).

## 2.6 Barrierefreiheit

Die Moselregion ist bei Gästen auch für seine Outdooraktivitäten im Bereich Wandern und Radfahren bekannt. Barrierefreien Tourismus in diesen Bereichen anzubieten ist auf Grund der Topografie des Moseltals sehr anspruchsvoll. Trotzdem wird bei der Infrastruktur und touristischen Attraktionen die Dimension der Barrierefreiheit oder zumindest Barriere Armut überprüft und so weit wie möglich umgesetzt.

Grundsätzlich wird bei der Gästeinformation kommuniziert, in wie weit das touristische Produkt barrierefrei ist, bei Wanderwegen wird angegeben, ob der Weg beispielsweise mit Kinderwagen begehbar ist. Bei Veranstaltungen, die sich über mehrere Veranstaltungsstätten erstrecken, werden spezielle barrierefreie Routen und/ oder Zugänge ausgewiesen und kommuniziert.

Einige Mitarbeiter haben ein Seminar zum Thema „Reisen für Alle“ absolviert, um sich in diesem Bereich fortzubilden.

Es gibt Betriebe, Tourist-Informationen und Freizeitaktivitäten, die das Label „Reisen für Alle“ tragen. Bei der Umsetzung und Neugestaltung von touristischen Produktbausteinen wird Barrierefreiheit als zentrales Element berücksichtigt. So konnten in den vergangenen Jahren für unterschiedliche eingeschränkte Gruppen Angebote neu entwickelt werden, z.B.:

- barrierefreie Unterweltführung
- Audiotour
- Familienwanderwege
- E-Rikscha



touristisches Produkt Lauschtour und E-Rikscha, ©Tourist-Information Traben-Trarbach

Auch zukünftig sollen touristische Produkte bei der Neuentwicklung oder Überarbeitung auf den Prüfstand gestellt werden und Menschen mit Einschränkungen Möglichkeiten der Urlaubs- und Freizeitgestaltung bieten.

	Einheit	2023	2024
2.6.1. Anteil von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)	Anzahl	6	6

## 2.7 Nachhaltige Produktbausteine

Der TZV bewirbt in seinem Marketing aktiv nachhaltige Produkte oder Produktbausteine:

### 1. Aktivtourismus

Gerade im Bereich Aktivtourismus wird bei Wander- und Radwegen aktiv auf die Erreichbarkeit der Touren mit Bus und Bahn hingewiesen. Speziell für Radtouren wird auf die Option von Transportmöglichkeiten von Ebikes mit Bus und Bahn und auf Ladestationen an den Strecken hingewiesen.

### 2. Veranstaltungen

Bei Veranstaltungen des TZV wird bei Buchung aktiv auf die Möglichkeit der Anreise mit Bus oder Bahn hingewiesen. In diesem Zusammenhang wird neben der nachhaltigen Dimension auch der Aspekt des Weingenußes in den Fokus gerückt.

### 3. Gästekarte

Seit Frühjahr 2024 gibt es einen Gästebeitrag mit angegliederter Gästekarte in der Region. Als Leistung der Gästekarte soll zeitnah noch der öffentliche Nahverkehr integriert werden, die Verkehrsbetriebe unterstützen dieses Bestreben. Eine

Umsetzung zur Integration ist geplant, sobald das Kommunalabgabengesetz Rheinland-Pfalz diese Möglichkeit zulässt.

Neben weiteren Beispielen nachhaltiger Produktbausteine gibt es derzeit allerdings keinen einheitlichen Leitfaden zur Evaluation und Kommunikation von nachhaltigen Produkten. Eine Entwicklung eines solchen Leitfadens ist im Laufe des Nachhaltigkeitsprozess wünschenswert und sollte mit dem Nachhaltigkeitsrat diskutiert werden.

Mittelfristig ist eine Maßnahme im Verbesserungsprogramm zur Transparenz der nachhaltigen Angebote geplant.

## 3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung

### 3.1 Wirtschaftliche Stabilität

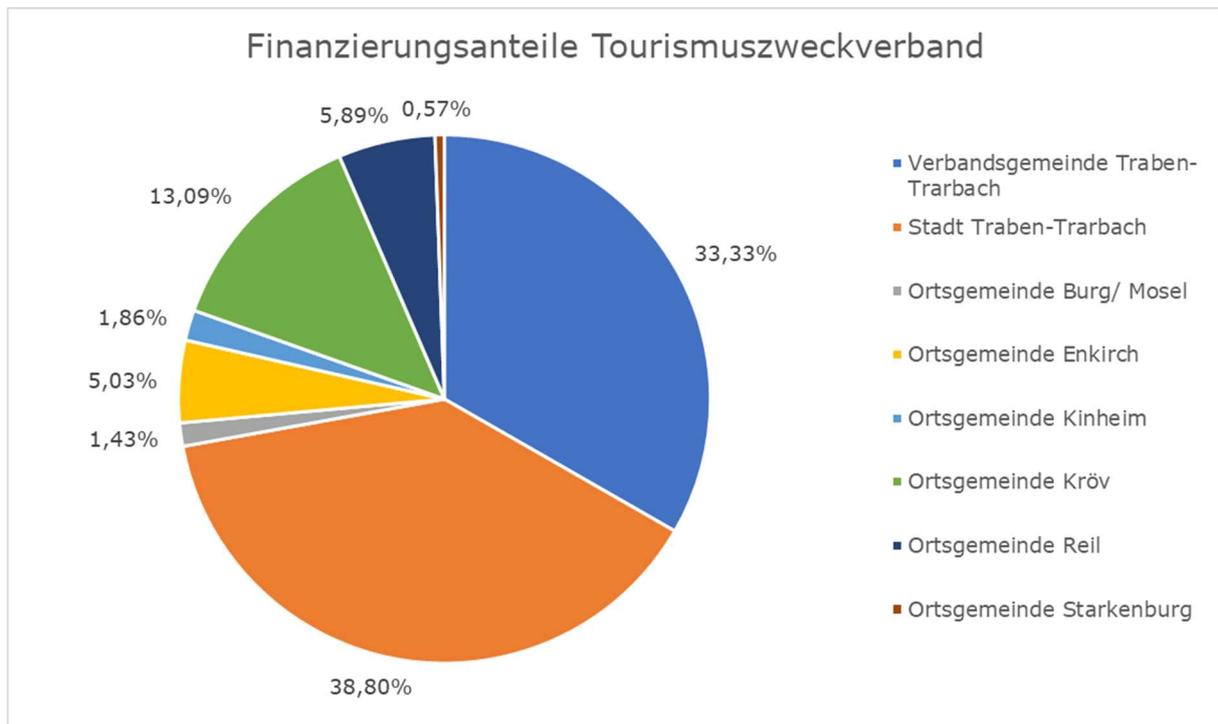
Die touristische Nachfrage hat sich nach der Corona Krise wieder konstant gesteigert und liegt auf einem stabilen Niveau. In 2023 konnten annähernd dieselben Zahlen wie in 2019 erzielt werden. Es gibt eine vergleichsweise große Anzahl an ausländischen Übernachtungsgästen (fast jeder 4. Gast). Eine moselweite Studie aus dem Jahr 2017 legt nahe, dass der Anteil an Tagesgästen hoch ist, genaue Zahlen für die Verbandsgemeinde liegen nicht vor.

Statistische Kennzahlen zu Übernachtungen und Aufenthaltsdauer werden derzeit ausschließlich vom Statistischen Landesamt übermittelt. Dabei ist allerdings zu beachten, dass hier nur Betriebe mit über 9 Betten meldepflichtig sind. Die Region hat eine Vielzahl an Kleinstbetrieben vorzuweisen, so dass die realen Übernachtungszahlen deutlich höher liegen dürften. Seit Frühjahr 2024 wurde in der Verbandsgemeinde ein elektronisches Meldewesen eingeführt, mit dem alle Gastgeber meldepflichtig sind und somit eine realere Beurteilung des tatsächlichen Gästeaufkommens ab 2024 zu erwarten ist.

Fakt ist, dass der Tourismus den wichtigsten Wirtschaftsfaktor darstellt und der primäre und sekundäre Arbeitsmarkt stark von der wirtschaftlichen Stabilität des Tourismus abhängig ist.

	<b>Einheit</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
3.1.1. Durchschnittliche Bettenauslastung	%	25,9	32,6
3.1.2. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	3,03	2,93
3.1.3. Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner*innen (Tourismusintensität)	Anz	32.388	35.685

Der TZV ist ein öffentlicher Zweckverband, der sich per Satzung durch Einnahmen aus laufenden Geschäftstätigkeiten, Zuschüssen, Beiträgen und Umlagen der Verbandsmitglieder finanziert. Dabei stellt sich der Finanzierungsanteil, wie folgt dar:

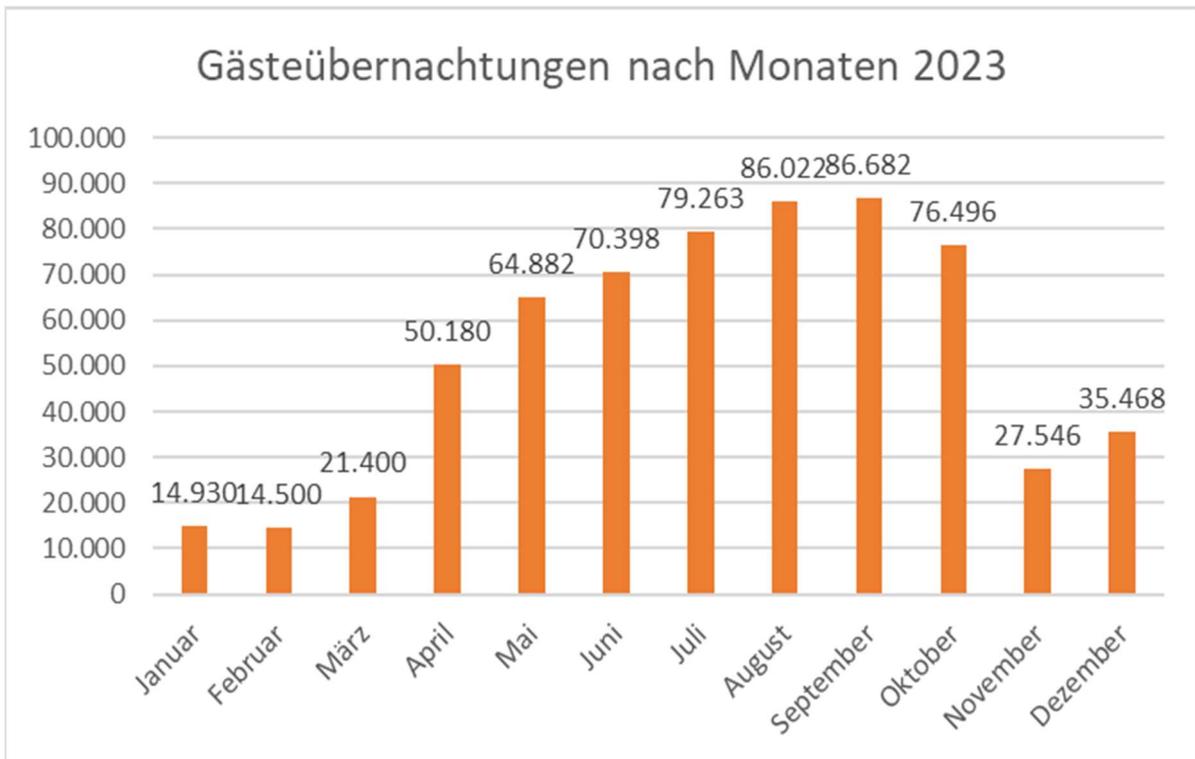
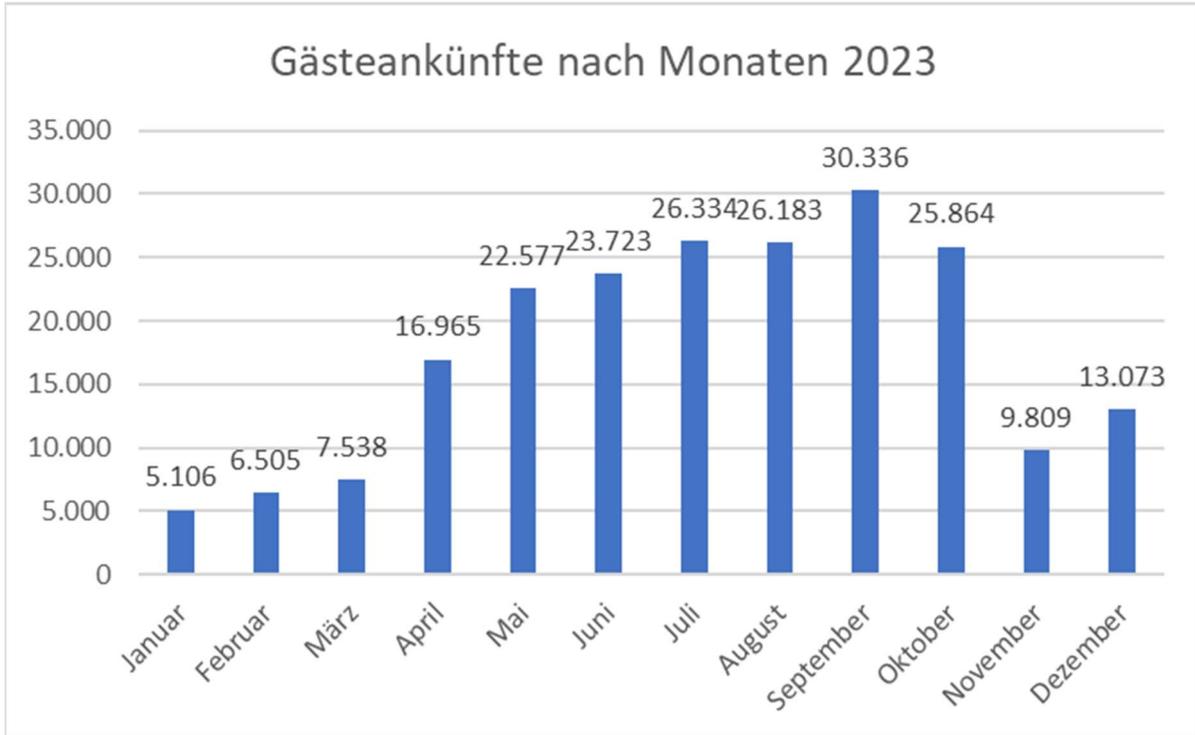


Das Eigenkapital des TZV lag in 2022 bei 0€ und der Ergebnishaushalt konnte ausgeglichen abgeschlossen werden. Dabei wurde eine Gesamtumlage von 366.000€ finanziert, weitere 7.000€ wurden als Provisionen für die Vermittlung von Unterkünften und Zusatzleistungen erwirtschaftet.

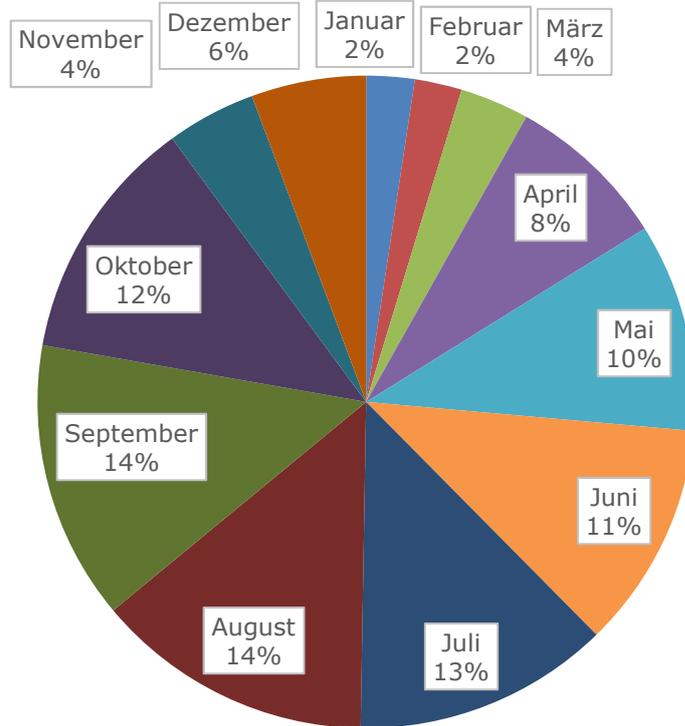
### 3.2 Saisonalität und wirtschaftliche Stabilität

Mit 5,7 Mio. Übernachtungen und 2 Mio. Gästeankünfte in 2023 ist die Mosel Spitzenreiter in Rheinland-Pfalz. Auf die Verbandsgemeinde entfielen dabei 214.000 Gästeankünfte und knapp 628.000 Übernachtungen. Diese statistischen Daten werden vom statistischen Landesamt erfasst.

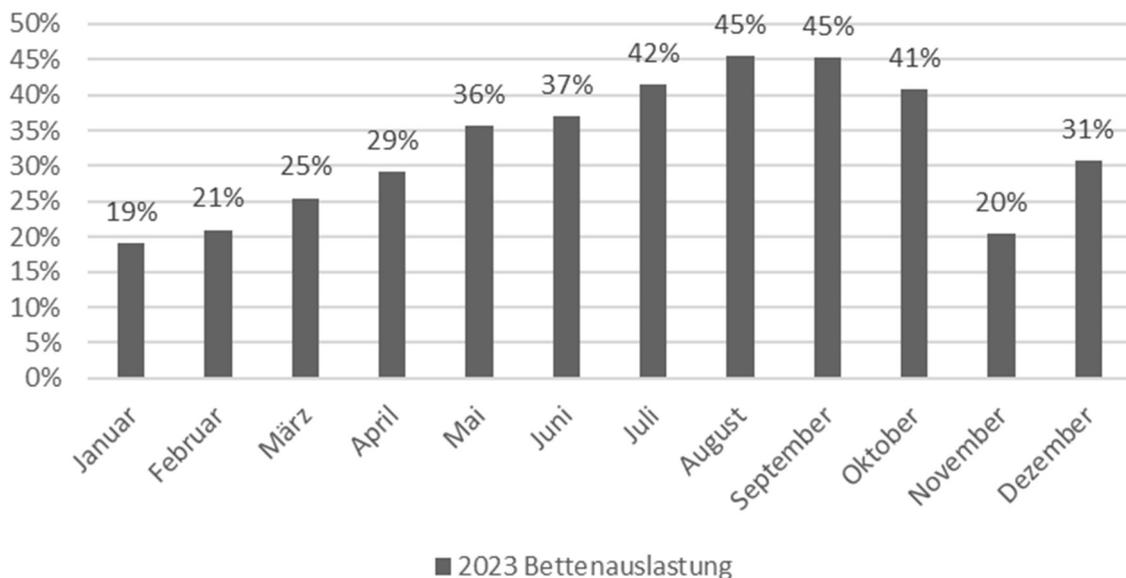
Dabei ist eine ausgeprägte Saisonalität zu beobachten. Ca. 67% der Übernachtungen finden in den Monaten Mai bis Oktober statt. Durch eine Belebung der Weihnachtszeit durch ein außergewöhnliches Veranstaltungskonzept entfallen 5% der Gästeankünfte und -übernachtungen auf den Dezember. In der übrigen Zeit kann von einer klassischen Nebensaison ausgegangen werden.



## Prozentuale Verteilung der Übernachtungen nach Monaten 2023



## Bettenauslastung nach Monaten 2023



### 3.3 Zufriedenheit mit der DMO

Die Umfrage bei **Geschäftspartnerinnen und -partnern** des TZV wurde im September 2023 durchgeführt. Von 33 angeschriebenen Personen und

Organisationen haben 16 an der Umfrage teilgenommen, was einer Quote von 48 Prozent entspricht. Mit einem Zufriedenheitsindex von 91 Prozent hat der TZV eine sehr erfreulich positive Rückmeldung zu seiner Arbeit erhalten. Der Umgang des TZV mit den Akteuren und Akteurinnen wird dabei zu 95 Prozent partnerschaftlich und fair eingestuft. Ebenso wird der DMO von 80 Prozent der Befragten bescheinigt, einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Destination zu leisten. 50 Prozent der Befragten sehen sich als informiert über den Zertifizierungsprozess der Destination, allerdings wünschen sich 70 Prozent eine intensivere Einbindung in den Prozess. In den Kommentarfeldern werden auch Handlungsfelder zur intensiveren Kommunikation, wie z.B. die B2B Kommunikation und Wissenstransfer an Leistungsanbieter in Form von Seminaren zur Verbesserung erwähnt. Diese wertvollen Hinweise werden vom TZV für die Erarbeitung des Verbesserungsprogrammes genutzt. So soll gerade im Bereich Binnenkommunikation ein Konzept erstellt werden, das den Dialog mit Anspruchsgruppen intensivieren und verbessern soll und die betroffenen Stakeholder in weitere Prozesse mit einbezieht.

	<b>Einheit 2022</b>	
3.3.1. Zufriedenheits-Index Partner*innen, Interessensgruppen	%	91
3.3.2. Rücklaufquote der Befragung der Partner*innen, Dienstleister*innen, Interessensgruppen	%	48

## 4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand

### 4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe

Das Produkt Wein ist **das** regionale Produkt der Region und gehört nicht nur zu den beliebtesten Genussprodukten der Region, sondern ist für viele Gäste auch Reiseanlass. Dementsprechend ist das Produkt Wein omnipräsent und wird meistens als das Hauptthema in der Kommunikation beworben:

- Logo des TZV angelehnt an eine Weinrebe
- Bewerbung von Winzern, Weinlagen, Weinprodukten, Weinveranstaltungen im Online und Print Bereich
- Durchführung einer eigenen Weinveranstaltung mit lokalen Winzern
- Vermarktung und Vermittlung von weintypischen Produkten (Weinproben, Planwagenfahrten etc.)

Dabei ist das Thema Wein nicht nur auf das reine Produkt Wein beschränkt, sondern fungiert als Alleinstellungsmerkmal für die Region und wird mit weiteren regionalen Besonderheiten (z.B. regionale Speisen) und Aktivitäten (z.B. Wanderungen in der Weinkulturlandschaft) kombiniert.

Hierbei versteht sich der TZV oft als Vermittler regionaltypischer Produkte von lokalen Unternehmen oder kooperiert mit regionalen Akteuren und Verbänden:

- Winzer und Gastgeber
- Einzelhandel mit lokaltypischen Produkten
- Kultur- und Weinbotschafter
- lokale Vereine mit regionalem Fokus, z.B. Zunft der Stadtschröter

Der TZV stellt tagesaktuelle Übersichten des Gastronomieangebot im online Bereich zur Verfügung, die auch Aufschluss über das angebotene Speisenangebot geben. Analog informiert auch der tagesaktuelle Veranstaltungskalender über die Inhalte der Veranstaltung.



Weinveranstaltungen in der Moselregion, ©weingutcaspari und ©Gernot Weyrich

### 4.2 Öko-faire Beschaffung

Der TZV verfügt derzeit nicht über Richtlinien zur nachhaltigen Beschaffung, dies soll im Rahmen des Verbesserungsprogramms erstellt werden.

Im ersten Schritt wurde innerhalb der Organisation ein Bewusstsein für den Ist-Zustand geschaffen und die jetzigen Beschaffungswege analysiert:

- Bei öffentlichen Ausschreibungen werden regionale Produzenten bevorzugt angefragt, soweit bindende Kriterien erfüllt werden.
- Bei der Beschaffung von Büromaterial wird auf Eco-Labels geachtet.
- Bei der Bewirtung von Gästen werden regionale Lieferanten und Produkte bevorzugt, z.B. wird ausschließlich Sprudel aus Traben-Trarbach ausgeschenkt. Kaffee kommt ausschließlich aus fairem Handel.
- Getränke für Mitarbeiter werden in Form von Kaffee und Sprudel zur Verfügung gestellt, Sprudel wird dabei ausschließlich mit einem Sprudelgerät produziert, auch hier kommt der Kaffee nur aus fairem Handel.
- Bei der Bestellung von Merchandise wird schon jetzt teilweise mit einem regionalen Lieferanten gearbeitet, die Zusammenarbeit soll zukünftig intensiviert werden.
- Die Büroausstattung wird ausschließlich über einen regionalen Händler bezogen.
- Geschenke für Kunden und Gäste sind ausschließlich regionale Produkte.

Auf dieser Grundlage soll in den kommenden Monaten eine offizielle Beschaffungsrichtlinie erarbeitet werden.

#### 4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

Die Region ist auch deutlich vom Fachkräftemangel betroffen. Der TZV bemüht sich im Austausch mit den Betrieben zu stehen und gemeinsam mit anderen Institutionen für das Thema zu sensibilisieren und aktiv dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Der TZV unterstützt entsprechende Initiativen in diesem Bereich und bewirbt diese bei den Betrieben.

Der TZV hat in Kooperation mit dem Ferienland Bernkastel eine Miniköche Gruppe Mosel ins Leben gerufen. Diese europaweit agierende Initiative bietet Kindern die Möglichkeit gastronomische Berufe, wie Koch und Serviceberufe, über einen Projektzeitraum von zwei Jahren intensiv kennen zu lernen und auszuprobieren. Dabei arbeitet der TZV eng zusammen mit der lokalen Gastronomie. Ziel ist es die Betriebe zu präsentieren und die Berufsbilder mit einem positiven Image zu belegen.



Projekt Miniköche, ©TZV

Der TZV ist derzeit selber vom Fachkräftemangel betroffen - eine Ausbildungsstelle zum Kaufmann/ -frau für Tourismus und Freizeit ist derzeit unbesetzt. Im Rahmen von Praktika haben Interessierte die Möglichkeit sich direkt im Betrieb über den Beruf zu informieren.

Wiebke Pfitzmann ist weiterhin Mitglied der AG Qualität des DTV, in dem die Thematik Fachkräftemangel, demografischer Wandel etc. thematisiert werden.

Die Anzahl der Gastgewerbe in der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach betrug 2023 40. Es gibt derzeit keine weiteren Erhebungen über Art und Umfang der Beschäftigten. Die dargestellten Zahlen beziehen sich auf die Region Mosel, wobei zu beachten ist, dass nur meldepflichtige Betriebe (9< Betten) statistisch erfasst werden.

	<b>Einheit</b>	<b>2019</b>
4.3.1. Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen Mosel	Anz	48807
4.3.2. Anzahl der Gastgewerbe Mosel	Anz	786

Auf Grund des Erhebungszeitraumes 2019 und der allgemeinen Entwicklungen im Gastgewerbe in den letzten Jahren ist von einem Rückgang der Zahlen bis 2024 auszugehen.

## 5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft

### 5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt

Der TZV ist sich der aktuellen Situation des regionalen Ökosystems bewusst und beschäftigt sich mit den Auswirkungen auf Natur und Umwelt. Hier ist eine saisonale Schwankung zu verzeichnen, je nach Jahreszeit intensivieren sich z.B. folgende Themen:

- Hochwasser und Starkregen
- Extreme Trockenperioden
- Blaualgenbefall der Mosel
- Krankheitsbefall der heimischen Weinberge



Hochwasser 2021 in der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach, @TZV

Je nach Auftreten der oben genannten Bedingungen, informiert der TZV in Zusammenarbeit mit den entsprechenden externen Stellen Gäste prophylaktisch oder tagesaktuell über zu ergreifende Maßnahmen.

Das gesamte Gebiet ist als „Landschaftsschutzgebiet Mosel mit Seitentälern“ klassifiziert.

	Einheit	2022	2023
5.1.1. Anteil der als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche	%	100	100

### 5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren

Als Urlaubsdestination mit einem starken Fokus auf das Erleben der Weinkulturlandschaft ist es dem TZV ein Anliegen diese Landschaft zu erhalten. Um hierzu einen Beitrag zu leisten, kooperiert der TZV mit verschiedenen Akteuren:



## 5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

Der Erhalt der biologischen Vielfalt ist eng mit der einzigartigen Wein-Kulturlandschaft der Mosel verknüpft. Alle unter 5.2. genannten Kooperationen zahlen auch auf das Erhalten der biologischen Vielfalt ein. Der TZV steht hier im intensiven Austausch mit seinen Kooperationspartnern und unterstützt oder initiiert hier eigene Projekte. In der Vergangenheit wurden (Kinder)Lehrpfade, Leitfaden zum naturnahen Verhalten beim Trekking, Wanderinfotafeln und Wanderwege mit Fokus Artenvielfalt entwickelt. Der Kooperationspartner Vision Mosel wurde bei der Bewerbung einer PIWI Weinprobe unterstützt.

### 5.3.1 Interaktion mit Wildtieren

Die Interaktion mit Wildtieren ist teilweise geregelt. Im Fokus der Regularien steht entweder der Schutz der jeweiligen Art oder die Regulierung der von Überpopulationen einer bestimmten Tierart.

Die Landesverordnung zur Durchführung des Landesfischereigesetzes regelt Mindestmaße und Schonzeiten für Fischarten zur Erhaltung der Fischpopulationen.

Das Landeswaldgesetz regelt die Pflichten von Waldbenutzern, um die heimische Tierpopulationen und Pflanzenwelt zu schützen.

Innerhalb der Japachten werden derzeit jährlich Abschussquoten für Wildschweine und Rehe festgelegt, um einer Überpopulation vorzubeugen.

## 5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

Die überörtliche Infrastrukturplanung ist per Satzung eine zentrale Aufgabe des TZV. Dabei engagiert sich der TZV vor allem in infrastrukturellen Projekten, die die einzelnen Mitgliedsgemeinden miteinander enger verzahnen.

Die einzelnen Mitgliedsgemeinden sind darauf bedacht die Ortsbilder attraktiv und regionaltypisch zu gestalten, um die touristische Attraktivität zu erhöhen. Dabei stehen Fokusthemen, wie z.B. rheinisches Fachwerk oder Jugendstilarchitektur im Mittelpunkt, um Alleinstellungsmerkmale hervorzuheben. Dabei werden architektonische Merkmale, Landschaftsgestaltung, lokale Bräuche und Lebensweisen, die die Identität des Ortes prägen, für Gäste in besonderer Weise zugänglich gemacht: Durch die Erhaltung und Pflege des regionaltypischen Ortsbilds können Einwohner und Besucher die Einzigartigkeit und Schönheit der Region erleben. Zum Erleben der regionaltypischen Landschafts- und Ortsbilder werden durch Ortsführungen, Spazierwege, Infotafeln und Audiotouren über die Besonderheiten informiert.



Rheinisches Fachwerk in Enkirch, ©Becker Fotografie



Jugendstilvilla in Traben-Trarbach, ©Blickfang Werbung

## 5.5 Regional abgestimmte Besucher\*innenlenkung

Die Besucherlenkung in der Region wird schon heute in Teilen systematisch erarbeitet und überprüft.

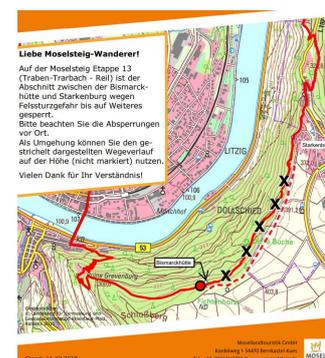
Im Bereich der **Wander- und Radwege** gibt es ausgewiesene Wegeführungen, alle zertifizierten Wander- und Radwege verfügen zudem über ein Beschilderungskataster, das neben der Streckenbeschilderung auch touristische Attraktionen am Weg mit einbindet. Die zertifizierten Wege verfügen über einen Wegepaten, der mindestens eine halbjährliche Begehung/ Befahrung leistet und entsprechende Rückmeldung gibt.

Wiebke Pfitzmann ist als Bestandserfasserin für zertifizierte Wanderwege qualifiziert und steuert in dieser Funktion auch die Besucherlenkung für zertifizierte Wanderwege.

Rad- und Wanderwege in der Region sind vollständig in gängigen Tourenportalen erfasst und werden von MitarbeiterInnen der Tourist-Informationen bearbeitet und aktualisiert. In Kooperation mit den Wegepaten werden Mängel, Sperrungen und Umleitungen tagesaktuell kommuniziert.



Einheitliche Wanderwegebeschilderung, ©TZV



Umleitungsbeschilderung Wanderweg, ©MLT

Für **Veranstaltungen** gibt es abgestimmte Besucherlenkungssysteme und teilweise Zählsysteme. Je nach Besucheraufkommen können durch die Zählsysteme Besucher auf eventuelle Engpässe aufmerksam gemacht und zu anderen Veranstaltungsorten gelenkt werden.

## 5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen

Der TZV verfügt über kein eigenes Firmengelände und ist mit den Büroräumen Mieter in einem städtischen Gebäude. Durch die Nutzung als Gemeinschaftsbüro mit anderen kommunalen Stellen können Synergieeffekte geschaffen werden.

## 5.7 Artenausbeutung und Tierschutz

Siehe 5.3.1

## 6. Umwelt: Ressourcenmanagement

### 6.1 Handlungsfelder des Klimawandels

#### 6.1.1 Anpassung an den Klimawandel

Die Tourismusverantwortlichen haben sich in den letzten Jahren auf Themen des Klimawandels und die damit verbundenen Auswirkungen sensibilisiert und erste Maßnahmen ergriffen.

In Kooperation mit der Universität Trier wurde das Modelprojekt „Mosel Adaptiv“ von 2019-2023 bearbeitet. Ziel des Projekts war die Untersuchung einer wissenschaftlichen Betrachtung des Klimawandels im Weinbau und die Auswirkungen auf den Tourismus und eine Anpassungsstrategie zu erarbeiten. Die Analyse ergab für den Tourismusbereich folgende Ergebnisse:

## Klimawandelfolgen im (Wein-)Tourismus



Abschluss Symposium Moseladaptiv, © Moseladaptiv

Einige Projekte wurden innerhalb der Projektlaufzeit von MoselAdaptiv umgesetzt: So gab es mehrere Informationsveranstaltungen und für Gäste ist ein Klimawandelwanderweg in den Weinbergen entstanden.

Die Analyse wird seit 2023 als Grundlage für Maßnahmen im Tourismus angewendet und ist allen Akteuren bekannt.

## 6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte

Zur Anpassung an die Veränderungen im Verkehrssektor hat die Verbandsgemeinde Traben-Trarbach ein Mobilitätsentwicklungskonzept beschlossen. Durch dieses Konzept soll die heutige und die zukünftige Mobilität für die zukünftigen Anforderungen eingestellt werden. Aus dem Konzept ergibt sich das folgende Leitbild:

*„Eine nachhaltige, klimafreundliche und ausgewogene Mobilität in der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach sorgt für weiterhin hervorragende Erreichbarkeit, erhöht aber deutlich die Lebensqualität.“*

Das Konzept verbindet dabei sämtliche Mobilitätsbereiche und sieht eine Stärkung des Umweltverbundes (Fuß- und Radverkehr sowie ÖPNV) vor, während der motorisierte Individualverkehr in seiner Quantität verringert werden soll. Mögliche Maßnahmen beziehen sich dabei auf alle Verkehrsteilnehmer und betreffen somit Einheimische sowie Gäste der Destination.

Eines der vorrangigen Ziele des Konzeptes ist es, den Ausstoß an Treibhausgasen zu senken, um einen Beitrag zu einem nachhaltigen Klimaschutz zu leisten. Dabei ist es stets von Bedeutung, die Mobilität in Ihrer Qualität nachhaltig zu verbessern, ohne den Einwohnern und Gästen der Region Ihre Flexibilität zu nehmen.

## 6.3 Umweltschonende An- und Abreise

Eine umweltfreundliche An- und Abreise wird offensiv an Gäste von allen touristischen Akteuren kommuniziert. Dabei stehen die An- und Abreise zum Urlaubsort und die An- und Abreise zu touristischen Unternehmungen, wie Wanderungen und Veranstaltungen im Mittelpunkt.

Die touristischen Orte der Region sind dabei im Stundentakt an den Nahverkehr der Deutschen Bahn oder die Busse des Verkehrsverbunds Trier angeschlossen.

Der TZV informiert hierzu in allen Print- und Onlinemedien über die Möglichkeiten des ÖPNV. Bei eigenen Veranstaltungen wird die An- und Abreise mit dem ÖPNV aktiv beworben und entsprechende Möglichkeiten aufgezeigt.

In der Planung befindet sich derzeit die Integration des ÖPNV in die Gästekarte. Konzeptuell vorgesehen ist dabei auch, dass die Gäste eine digitale Gästekarte nutzen und diese schon bei An- und Abreise im ÖPNV nutzen können.



Busbahnhof und Bahnhof Traben-Trarbach, ©Tourist-Information Traben-Trarbach

## 6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort

In der Moselregion wird die Nutzung des ÖPNV empfohlen und bei Veranstaltungen aktiv beworben. Bei einigen Veranstaltungen gibt es die Option von Kombitickets, welche bei Besuch auch eine kostenfreie Nutzung des ÖPNV inkludiert. Für die Großveranstaltung Mosel-Wein-Nachts-Markt gelangen die Kapazitäten der Busse und der Bahn an Ihre Grenzen. Um die Mobilität der Gäste auch zukünftig auf Bus und Bahn zu verteilen, stehen die Verantwortlichen mit den Verkehrsverbänden im engen Austausch.

Die Erreichbarkeit der Moselregion über den ÖPNV (Bus und Bahn) bietet die Möglichkeit, vor Ort als auch außerhalb der Region touristische Ziele zu erreichen, wie z.B. die Städte Trier, Koblenz, Cochem oder Bernkastel-Kues.

Durch lokale Angebote wie Fahrradverleih, E-Rikscha Verleih oder einen kostengünstigen oder in Teilen kostenlosen ÖPNV kann vor Ort eine umweltschonende Mobilität angeboten werden. Die Verbesserung der Infrastruktur für diese Bereiche der Mobilität kann ihre Attraktivität weiter steigern und gemeinsam durch Tourismusverantwortliche und deren Partnerbetriebe erreicht werden (z.B. durch Errichtung von Abstellanlagen oder Ladestationen für E-Bikes u.a. bei den Partnerbetrieben).

Durch die intensive radtouristische Nutzung der Gäste gibt es eine Vielzahl an offiziell beschilderten Routen (Hinweise zur wegweisenden Beschilderung/ HBR). Die touristischen Verantwortlichen machen Gäste aktiv auf die Möglichkeit der Radwege aufmerksam und geben Tourenempfehlungen. Die ausgeschilderten Routen werden regelmäßig befahren und gewartet. Hier steht der TZV in Austausch mit Beteiligten des Fachbereichs Bau der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach, dem zuständigen Wartungsbüro und dem Landesbetrieb Mobilität, ein entsprechendes Kataster ist vorhanden.



HBR Beschilderung Moselradweg, ©TZV



## 6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben

Zurzeit ist der TZV nicht aktiv an der Initiierung oder Unterstützung von Projekten einzelner Betriebe beteiligt. Erste Gespräche über mögliche Projekte haben im Rahmen der Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzeptes stattgefunden. Entsprechende Maßnahmen sollen im Rahmen des Verbesserungsprogramms mittelfristig aufgelegt werden.

Auf rheinland-pfälzischer Ebene gibt es entsprechende Projekte, die von der Rheinland-Pfalz Tourismus, DEHOGA oder IHK angeboten werden, z.B. Fortbildungen und Informationen zu umweltschonendem Verhalten in Betrieben oder Hinweise auf passende Förderprogramme.

## 6.6 Wasserverbrauch und Wasserrisiko

Zurzeit ist der TZV nicht aktiv an der Initiierung oder Unterstützung von Projekten einzelner Betriebe beteiligt.

Die Hoheit zur Information über mögliche Wasserrisiken der Mosel, z.B. Hochwasser, Blaualgenbefall, Wasserknappheit, obliegt dem Wasser- und Schifffahrtsamt.

Erste Gespräche über mögliche Projekte haben im Rahmen der Entwicklung des Nachhaltigkeitskonzeptes stattgefunden. Entsprechende Maßnahmen sollen im Rahmen des Verbesserungsprogramms mittelfristig aufgelegt werden.

## 6.7 Wasserqualität und Abwasser

Die Überwachung der Wasserqualität und des Abwassers obliegt den Verbandsgemeindewerken der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach. Als Träger der Moseltherme wird in diesem Zuge auch die Heilwasserquelle überprüft. Trinkwasseranalysen finden regelmäßig statt und die Ergebnisse können auf der Website der Verbandsgemeindewerke eingesehen werden.

## 6.8 Licht- und Lärmverschmutzung

Die Region verfügt mit der Stadt Traben-Trarbach über einen staatlich anerkannten Luftkurort und dem staatlich anerkannten Heilbad Bad Wildstein.

Dementsprechend finden regelmäßig Überprüfungen der Luftkurort- und Heilbäderkriterien statt.

Derzeit besteht im Bereich Licht- und Lärmverschmutzung kein Handlungsbedarf zur Minimierung dieser Faktoren.

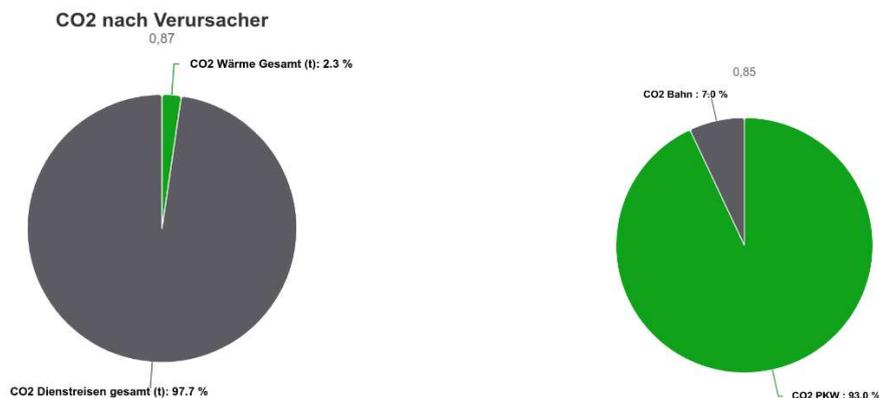
## 6.9 Energieeffizienz

Der TZV besitzt keine eigenen Büroräume und ist Mieter in einem städtischen Gebäude. Der TZV bildet eine Bürogemeinschaft mit dem städtischen Forst, es sind keine Zähler vorhanden, so dass der Verbrauch nach Fläche aufgeteilt wird.

Der TZV hat sich zum Ziel gesetzt, den Energieverbrauch zu senken und die Effizienz zu verbessern. Dafür achten alle Mitarbeitende auf energiesparende Temperatureinstellungen an Heizungen, möglichst geringem Stromverbrauch und gutes Lüftungsverhalten.

Perspektivisch soll bei der Hardware ein Fokus auf energieeffiziente Geräte gelegt werden.

	Einheit	2022	2023
6.10.1. Stromverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	928,36	910,91
6.10.2. Heizenergieverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	2779,64	2707,27
6.10.3. Dienstreisen pro Jahr	km	4261,9	5380
6.10.4. Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	0	0

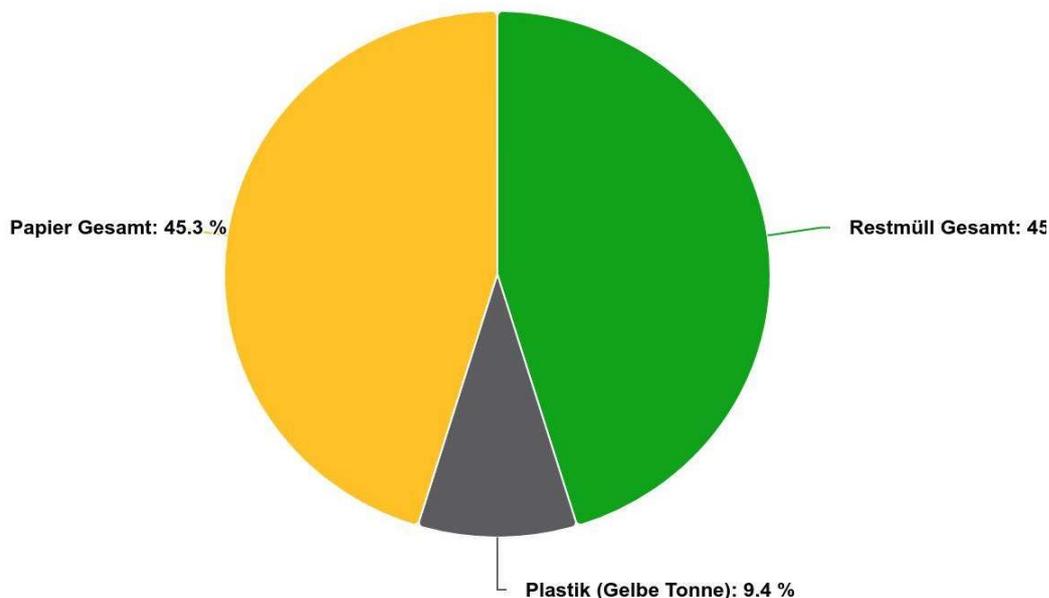


CO2 Emissionen TZV 2023

## 6.10 Abfall

Der Abfall des TZV wird im Rahmen der Abfallentsorgung des Vermieters entsorgt. Dabei wird auf eine effiziente Nutzung der bereitstehenden Abfallbehälter geachtet, die Mieter nutzen die Abfallbehälter gemeinsam. Der TZV trennt nach den gängigen Recyclingprinzipien in die unterschiedlichen Tonnen, Elektrogeräte, Altglas, Leuchtmittel und Batterien werden gesondert entsorgt.

Durch die Nutzung eines Wassersprudlers wird größtenteils auf die Verpackung von Sprudelwasser verzichtet.



Abfallaufkommen Mietergemeinschaft Bahnstraße 2022

## 6.11 Papier

Der TZV misst und reduziert den Papierverbrauch und verwendet Recyclingpapier seit 2023, wenn möglich. Derzeit besteht nur noch das offizielle Geschäftspapier aus Frischfaserpapier. Für den zukünftigen Einkauf von Papier und Nachdruck von Printmaterial soll komplett auf Recyclingpapier umgestiegen werden.

Im Bereich Printmaterial wurden verschiedene Broschüren nicht mehr als Printversion aufgelegt, die Informationen sind digital verfügbar. Auch der Umfang der bestehenden Materialien wurde reduziert, indem im Printbereich Basisinformationen angeboten werden, die einen gezielten QR-Code enthalten und dort weiterführende Informationen in digitaler Form verfügbar sind.

Der TZV bemüht sich um ein papierloses Arbeiten und entsprechende Richtlinien sind allen Mitarbeitern bekannt. Ausdrücke werden, wo möglich beidseitig, angefertigt. Ausdrücke der Buchhaltung wurden bereits reduziert, angestrebt ist eine Umstellung auf ein komplett elektronisches Verfahren.

	<b>Einheit</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
6.11.1. Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	11,78	8,91
6.11.2. Anteil an Recyclingpapier	%	0	9,55
6.11.3. Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	0	0

## 6.12 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten

Nachhaltiges Handeln am Arbeitsplatz wird vom TZV gefördert und aktiv unterstützt. Alle Mitarbeiter wurden im Rahmen des Nachhaltigkeitskonzepts auf das Thema sensibilisiert, weiterführende Informationen stehen von externen Stellen zur Verfügung. Gemeinsam wurden Maßnahmen besprochen und als Maßnahmen ins Verbesserungsprogramm und in die SQ-Maßnahmen integriert, so dass eine regelmäßige Überprüfung stattfindet.

Die Mitarbeiter kennen die Richtlinien zum energieneffizienten Büro, Wasser-, Abfall- und Papiervermeidung. Gemeinsam hat man sich auf eine Verbesserung der Mobilität verständigt, Dienstreisen sollen zukünftig vermehrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln gemacht werden, bei Nutzung eines Autos sollen Fahrgemeinschaften gebildet werden.

Allen Mitarbeitern steht mit dem Job Bike ein Anreizsystem zur Verfügung, um den Arbeitsweg, wenn möglich mit dem Fahrrad zurück zu legen.

## 7. Soziales: Kultur und Identität

### 7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern

Die Weinkulturlandschaft mit all ihren Kulturgütern spielt eine zentrale Rolle in der touristischen Vermarktung. Neben den baulichen Kulturgütern steht vor allem die Kulturlandschaft mit seinen Weinbergen im Mittelpunkt. Die baulichen Besonderheiten und Naturkulisse wird in digitalen und Printmedien den Gästen zugänglich gemacht. Gäste werden auf die Besonderheiten aufmerksam gemacht und auf den Schutz der Naturlandschaft und architektonischen Besonderheiten hingewiesen.

Der TZV steht zur Erhaltung von Kulturgütern mit verschiedenen Stellen und Initiativen in Kontakt und beteiligt sich an Projekten, die die Besonderheiten in den Mittelpunkt stellen. Der DLR unterstützt dabei vor allem Projekte zur Weinkulturlandschaft, das Projekt "Via Moselle" bringt den Gästen architektonische Besonderheiten von Weingütern nahe.

In verschiedenen lokalen Museen gibt es Ausstellungen zur moselländischen Kultur, die bei Gästen der Region beworben werden.

Speziell ausgebildete Gästeführer veranstalten in der Weinkultur Führungen, die den Fokus der Besonderheiten der Region präsentieren.



Mittelmoselmuseum Traben-Trarbach,  
©Mittelmoselmuseum



Heimatmuseum Enkirch, ©TZV

### 7.2 Kulturelle Artefakte

Siehe 7.1

### 7.3 Geistiges Eigentum

Der TZV respektiert und schützt die Rechte an geistigem Eigentum von Gemeinschaften und Einzelpersonen. Für die Verwendung von Foto- und Bildmaterial gibt es schriftliche Vereinbarungen mit den Urhebern und es werden Copyrights angeführt.

### 7.4 Kulturelle Identität

Die Region verfügt über eine hohe kulturelle Identität, die aus einer Mischung von historischen Einflüssen und lebendigen Traditionen besteht. Die kulturelle Identität

der Region ist das Ergebnis einer reichen Geschichte, einer tief verwurzelten Weinkultur und einer lebendigen Gemeinschaft, die ihre Traditionen pflegt.

Die kulturelle Identität der Einheimischen spiegelt sich dabei in vielen Facetten wieder und wird auch den Gästen zugänglich gemacht. Dabei spielen auch immaterielle Kulturgüter, wie die moselländische Mundart, eine wichtige Rolle. Es gibt einen eigenen Verein zum Erhalt und Förderung des moselländischen Dialekts, der regelmäßig Veranstaltungen, wie Mundartabende, organisiert.

Die kulturelle Identität wird vom TZV aufgegriffen und entsprechend in das touristische Angebot eingebunden. In Gästeführungen wird über die Weinkultur informiert, Gäste nehmen gerne an Heimatabenden teil, moselländisches Essen steht bei verschiedenen Veranstaltungen im Mittelpunkt und auch die Mundart wird aufgegriffen.



Fehlermeldung Seite des TZV in Mundart

## 7.5 Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten

Einwohner und Gäste haben gleichermaßen Zugang zu den natürlichen und kulturellen Stätten und werden dementsprechend auf die Einhaltung der Verhaltensregeln vor Ort aufmerksam gemacht.

## 8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität

### 8.1 Menschenrechte

Die Bundesrepublik Deutschland hat die Wahrung der Menschenrechte in seinem Grundgesetz festgeschrieben. Der TZV garantiert entsprechende Einhaltung der Menschenrechte in all seinen Aktivitäten und setzt dies auch für alle Partner- und Kooperationsbetriebe voraus.

### 8.2 Risikomanagement

Die touristischen Akteure werden von den zuständigen Behörden über akute Sicherheits- und Gesundheitsrisiken informiert.

Es gibt für größere wiederkehrende Veranstaltungen ein Sicherheitskonzept, das in Zusammenarbeit mit den lokalen Tourist-Informationen jährlich überprüft und fortgeschrieben wird. Die Konzepte regeln für die speziellen Veranstaltungen ein Krisenmanagement und entsprechende Notfallpläne.

Für die Themenfelder Rad und Wandern gibt es ein festgelegtes Procedere zum Wegemanagement für Sperrungen und Umleitungen. Dabei werden Umleitungen sowohl vor Ort ausgeschildert, als auch im digitalen Bereich als umgeleitet bzw. gesperrt ausgewiesen.

Für alle Rad- und Wanderwege wird im Notfall das Rettungspunkte System hinzugezogen. Im Notfall können Gäste die Rettungspunkte benennen und so Ihren Standort bekannt geben. Die Nummern der Rettungspunkte werden sowohl vor Ort an den Wegen kommuniziert, als auch in Wanderkarten im Print und Online Bereich.



Schild „Anfahrpunkt für Rettungsfahrzeuge“ © Landesforsten.RLP.de / Jürgen Weis



2 Dokumentation der Pfostenstandorte und Wegeabschnitte

**Wegemangel** zwischen TRA.160 und TRA.134 (Verbandsgemeinde):

Stark verschmutzte Fahrbahn.

**Behebung:** Fahrbahn reinigen.



Beispiel Wegemanagement Moselradweg, ©SWECO

### 8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen

Die Verbandsgemeinde als ein Träger des TZV beteiligt sich gemeinsam mit Verbänden, Gemeinden, Schulen und anderen Institutionen an Initiativen zur Förderung der Beschäftigungsqualität. Der Fokus liegt dabei in der Unterstützung von Unternehmen, sowie dem Einstieg in das Berufsleben durch eine Ausbildung. Beispielhaft ist dabei die Unterstützung von Schulen bei Berufsorientierungswandertagen oder die Ausrichtung von Ausbildungsmessen zu nennen. Gemeinsam mit weiteren Kommunen beteiligt sich die Verbandsgemeinde an Projekten zur Gewinnung nach Fachkräften. Die Förderung von familienfreundlichen Arbeitsbedingungen wird gefördert und flankiert und die Beteiligung an Maßnahmen wie der Einführung einer Familienkarte.

### 8.4 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung

Der Tourismus ist für die lokale Bevölkerung von übergeordneter Bedeutung, bietet er doch die Grundlage für viele Beschäftigungsverhältnisse. Saisonal bedingt variiert die Präsenz von Gästen. Die lokale Bevölkerung ist grundsätzlich daran gewöhnt, dass viele Gäste ihre Heimatregion besuchen.

Handlungsfelder zur Steigerung der Akzeptanz liegen in Punkten wie der Konkurrenz um mietbaren Wohnraum oder der Konkurrenz um Parkraum in den teils engen Ortslagen der Moselgemeinden. Eine weitere Herausforderung liegt in der Vereinbarkeit von Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung während Großveranstaltungen und dem Flusskreuzfahrttourismus.

Anliegen der lokalen Bevölkerung hinsichtlich des Tourismus können aktuell mehrheitlich an die Orts- bzw. Stadtbürgermeister oder direkt an den Zweckverband gespiegelt werden. Hier sind somit kurze Wege stets gegeben. Durch die Öffentlichkeitsarbeit oder den eingerichteten Nachhaltigkeitsrat wird auch Teilen der lokalen Bevölkerung die Option gegeben, sich bei der Entwicklung der Destination einzubringen.

### 8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement

Traditionsgemäß ist das ehrenamtliche und bürgerschaftliche Engagement im ländlichen Raum auch in der Verbandsgemeinde Traben-Trarbach hoch. Auch viele touristische Aktivitäten werden durch Ehrenamtliche unterstützt bzw. getragen.

Ein Fokus vieler Engagements liegt dabei im Bereich der Pflege des Landschaftsbildes oder in der Instandhaltung von öffentlichen Plätzen entlang von Wanderwegen zur Steigerung der Attraktivität. In Zusammenarbeit mit den lokalen Tourismusakteuren konnte in den vergangenen Jahren eine Vielzahl an Projekten umgesetzt werden, die der Bevölkerung und den Gästen zugutekommt und so auch auf die Tourismusakzeptanz einzahlt.



Beispiele von ehrenamtlichen Projekten - Bau einer Schutzhütte, ©TZV

Weiterhin bezieht sich das ehrenamtliche Engagement auf Aktivitäten in Vereinen, die sich der Brauchtumpflege widmen und hier einen wichtigen Beitrag zur sozialen Nachhaltigkeit leisten.

Auch im Bereich Veranstaltungsmanagement sind eine Vielzahl von Vereinen ehrenamtlich tätig, um touristische Veranstaltungen zu organisieren und durchzuführen und so das touristische Produktportfolio der Region zu erweitern.



ehrenamtlich organisierte Veranstaltung:  
Zunftweinfest der Stadtschröter, © Gernot Weyrich



## 8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO

Für den TZV ist ein familienfreundliches Arbeitsumfeld sehr wichtig, um Mitarbeitende langfristig zu binden und als interessanter Arbeitgeber in der Region attraktiv zu sein. Generell wird im Gleitzeitmodell gearbeitet mit einer Kernarbeitszeit. Es besteht die Möglichkeit des Homeoffice und der flexiblen Arbeitszeitgestaltung, entsprechende Arbeitsausstattung wird zur Verfügung gestellt.

Als öffentliche Stelle unterliegt der TZV den Regelungen des TVÖD und ist entsprechend an Tarifverträge und -löhne gebunden.

	Einheit	2022	2023
8.6.1. Anzahl Festangestellte (Volläquivalente)	Anz	2,75	3
8.6.2. Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anz	0	0

## 8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO

Auf Grundlage der Tatsache, dass nur vier Personen im TZV beschäftigt sind, wurde auf eine Mitarbeitenden Befragung verzichtet

## 8.8 Toleranz und Inklusion

Der TZV lebt eine Kultur der Chancengleichheit. In Bezug auf Ausbildungs- und Beschäftigungsverhältnisse bietet der TZV gleiche Möglichkeiten unabhängig von Geschlecht, Herkunft, ethnischer Zugehörigkeit, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.

Die Frauenquote der Mitarbeitenden beträgt 100%.

Ein tolerantes Miteinander wird gelebt und auch bei Kooperationen mit Leistungsanbietern vorausgesetzt.

## 8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit

Die Mitarbeiter des TZV und alle touristischen Akteure haben im Rahmen des Nachhaltigkeitskonzepts an den TourCert Schulungen teilgenommen.

Regelmäßig wird auf Weiterbildungsmöglichkeiten hingewiesen, die Rheinland-Pfalz Tourismus bietet in diesem Bereich mit dem „TN Wissensschatz“ on-demand Videos zu den Themen Energieverbrauch, Ressourcenverbrauch, Regionalität, Kommunikation und Klimapatenschaft.

Der TZV kooperiert mit allen Tourist-Informationen der Region jährlich zu einem Weiterbildungsthema, im kommenden Jahr soll ein Fokus auf die Umsetzung des Verbesserungsprogramms zur Nachhaltigkeit gelegt werden.