



# Nachhaltigkeitsbericht 2022

## KTG Karlsruhe Tourismus GmbH



# 1 Inhaltsverzeichnis

2	Vorwort.....	4
3	Management: Strategie und Planung.....	5
3.1	Politische Entscheidung.....	5
3.2	Tourismusstrategie .....	5
3.3	Nachhaltigkeitsrat.....	6
3.4	Destinationsmanagement-Struktur .....	8
3.5	Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug.....	8
3.6	Nachhaltigkeitsbeauftragte*r .....	9
3.7	Partnerbetriebe .....	10
3.8	Dialog mit Anspruchsgruppen .....	12
3.9	Nachhaltigkeitskommunikation .....	14
3.10	Rechtskonformität .....	14
3.11	Verbesserungsmanagement.....	14
4	Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung.....	15
4.1	Gästezufriedenheit, Qualitätsbewusstsein und Innovation .....	15
4.2	Besucherinformation und -sensibilisierung.....	16
4.3	Barrierefreiheit .....	16
4.4	Nachhaltige Produktbausteine .....	17
5	Ökonomie: Ökonomische Sicherung .....	19
5.1	Wirtschaftliche Stabilität .....	19
5.2	Saisonalität .....	20
5.3	Quantität und Qualität von Beschäftigung.....	20
©	Statistik der Bundesagentur für Arbeit .....	21
6	Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft .....	21
6.1	Auswirkungen auf Natur & Umwelt/Kooperation mit Naturschutzakteuren.....	21
6.2	Erhalt der biologischen Vielfalt .....	23
6.3	Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild.....	23
6.4	Regional abgestimmte Besucher*innen-Lenkung .....	23
6.5	Naturnahe Flächen und Außenanlagen.....	23
7	Umwelt: Ressourcenmanagement .....	24
7.1	Handlungsfelder des Klimawandels.....	24
7.2	Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte/umweltschonende An- und Abreise/Mobilität vor Ort	24
7.3	Klima- und Umweltschutz in Betrieben.....	25
7.4	Wasserverbrauch und Abfallaufkommen.....	25
7.5	Lärm, Luft- und Wasserqualität .....	25

7.6	Energieeffizienz .....	26
7.7	Wasser .....	26
7.8	Abfall.....	27
7.9	Papier.....	27
7.10	Beschaffung .....	28
8	Soziales: Kultur und Identität .....	28
8.1	Schutz und Erhalt von Kulturgütern/kulturelle Identität.....	28
9	Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität.....	29
9.1	Risikomanagement .....	29
9.2	Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen .....	29
9.3	Zufriedenheit der Lokalbevölkerung .....	29
9.4	Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement .....	29
9.5	Arbeitsbedingungen in der DMO/Team der KTG.....	30
9.6	Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO.....	31
9.7	Schulung zur Nachhaltigkeit .....	31
10	Impressum.....	33

## 2 Vorwort

### **Karlsruhe: das Gestern spüren, das Heute erleben, das Morgen erschaffen**

Im Herzen Europas, zwischen Rhein, Schwarzwald, Elsass und Kraichgau gelegen, ist die junge, dynamische Stadt Karlsruhe eine der bedeutendsten Zentren für Kultur, Lebensart und Technologie im deutschen Südwesten. 2016 vom Fraunhofer Morgenstadt City-Index zur lebenswertesten Stadt gekürt, besticht Karlsruhe als zweitgrößte Stadt Baden-Württembergs durch moderne Urbanität, gepaart mit imposanter Barock- und Gründerzeit-Architektur sowie mittelalterlichen Facetten.

Die „Stadt des Rechts“ mit dem einzigartigen Fächergrundriss ist für ihre Weltoffenheit ebenso bekannt wie für ihre große Anzahl an Grünflächen und Freizeitangeboten. Hierbei verknüpft die Fächerstadt in ihren Projekten Themen wie Mobilität und Kulturerbe (so zum Gedenken an die Karlsruher Erfinder Carl Drais und Carl Benz), ökologische Nachhaltigkeit und innovative Technologie (allem voran im ÖPNV) sowie historisches Erbe und digitale Zukunft (beispielsweise mit den alljährlichen SCHLOSSLICHTSPIELEN). Seit 2019 ist Karlsruhe als UNESCO City of Media Arts ausgezeichnet - als einzige Stadt in Deutschland.

Karlsruhes günstige Ausgangslage im grünen Sektor wird sukzessive ausgebaut durch die Förderung ökologischer Projekte und Angebote wie der NaturRADtour oder umweltfreundlich durchgeführter Festivals. Zahlreiche Umweltpreise und -auszeichnungen belegen den messbaren Erfolg dieser Maßnahmen: So engagiert sich Karlsruhe seit mehr als 30 Jahren in der Lokalen Agenda 21, ist seit 2010 Fair-Trade-Stadt, ist Bio-Stadt, Fahrradstadt, Car-Sharing-Hauptstadt und erhielt bereits 2015 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis (u.a. für die Entwicklung von Indikatoren zur Nachhaltigkeitsberichterstattung). Mit einer engagierten Klimaschutzstrategie inkl. einer umfänglichen Klimaschutzkampagne, geht Karlsruhe schon seit vielen Jahren einen sehr nachhaltigen Weg. Alle Maßnahmen strahlen weit über den Stadtkreis hinaus bis hinein in den Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord, bei dem die Stadt seit 2021 Mitglied ist und in den Nationalpark Schwarzwald, mit dem die Stadt eine aktive Patenschaft pflegt.

Ob durch die Entwicklung eigener Marketingstrategien und Produkte oder durch die Förderung städtischer und privater Initiativen – die KTG Karlsruhe Tourismus GmbH als Motor der erfolgreichen Standortbewerbung sieht sich als stete Impulsgeberin, Kooperationspartnerin und Vermarkterin in der Region Karlsruhe und darüber hinaus. Als Destinationsmanagementorganisation (DMO) unterstützt sie die Fächerstadt auf ganzer Linie: von der Nutzung vorhandener Potenziale über die Entwicklung neuer Ideen bis hin zur effizienten touristischen Bewerbung der städtischen Stärken im In- und Ausland. Dabei behält sie die Markenkernthemen der Stadt (Medienkunst, Recht und kluge Entwicklungen) stets im Blick und greift auch die weltweiten Entwicklungsthemen Digitalisierung und Nachhaltigkeit auf. Dazu zählt seit 2021 auch der konsequente Weg zum nachhaltigen Reiseziel. Dieser Beschluss wurde vom Aufsichtsrat der KTG einstimmig gefasst und wird von der Gesellschafterin der KTG, der Stadt Karlsruhe, maßgeblich unterstützt.

Die KTG hat sich für eine Destinationszertifizierung entschieden, da sie im nachhaltigen Tourismus eine Schlüsselfunktion für die Zukunft der Reisebranche sieht. Neben den Bestrebungen zu verantwortungsbewusstem Handeln innerhalb der Destinationsmanagementorganisation sieht sie ihre größte Aufgabe darin, vor allem die Partner\*innen zu nachhaltigerem Verhalten zu motivieren. Es geht darum, die Auswirkungen des Reisens auf die Umwelt zu reduzieren/zu minimieren, soziale Verantwortung innerhalb der Branche zu übernehmen und durch das Handeln als DMO auch darum, die lokale Wirtschaft zu unterstützen.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht soll einen Überblick über unser Handeln und erste Ergebnisse geben und stellt neben dem Verbesserungsprogramm einen wichtigen Baustein für die Förderung nachhaltigen Handelns in unserem Unternehmen und in der Stadt Karlsruhe dar.

## 3 Management: Strategie und Planung

### 3.1 Politische Entscheidung

Die Grundlagen für eine nachhaltige Stadtentwicklung sind in Karlsruhe kommunalpolitisch seit vielen Jahren gelegt. Der Tourismus profitierte von dieser städtischen Grundausrichtung und ist über das IQ-Leitthema „Grüne Stadt“ (IQ steht für „innovativ“ und „quer“) aktiv in die Entwicklung sowie in konkrete Projekte eingebunden. Die weltweite Entwicklung in den letzten Jahren war ausschlaggebend, neben diesem Engagement auch den Tourismus verstärkt unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit zu betrachten. Dabei war es der Geschäftsleitung der KTG von Anfang an wichtig, nicht nur eine Unternehmenszertifizierung anzustreben, sondern mit dem Weg zum nachhaltigen Reiseziel auch die Leistungsträger einzubinden. Der Aufsichtsrat der KTG hat in seiner Sitzung vom 9. Juni 2021 einstimmig die Umsetzung des Zertifizierungsprozesses mit TourCert beschlossen.

### 3.2 Tourismusstrategie

Die KTG erarbeitete in ihrem Gründungsjahr 2014 eine Tourismusstrategie, damals noch im Verständnis als Destinationsmarketingorganisation, welche das Schaffen, Bündeln und Vermarkten des positiven Images von Karlsruhe und Region als Tourismusdestination in den Fokus rückte. Diese Strategie wurde mit Blick auf die gesamttouristische Entwicklung bereits in Teilen angepasst u.a. mit der Digitalisierungsstrategie 2019 sowie dem Startschuss zur Zertifizierung zum nachhaltigen Reiseziel durch Tourcert 2021. Darüber hinaus wurde beschlossen, Nachhaltigkeit in die übergreifende Tourismusstrategie 2030 zu integrieren. Die Weiterentwicklung der Tourismusstrategie ist Bestandteil des Verbesserungsprogramms. Der Auftakt zur Bearbeitung erfolgt Anfang 2024. Aus dem bisherigen Zertifizierungsprozess lassen sich folgende strategische Nachhaltigkeitsziele ableiten, die ebenfalls in die Weiterentwicklung der Tourismusstrategie einfließen werden:

**Die KTG ist Ansprechpartnerin für Stakeholder\*innen im Bereich der nachhaltigen Entwicklung.**

Auf Grund der Expertise der Mitarbeitenden ist die KTG primäre Ansprechpartnerin in Fragen der Nachhaltigkeit für ihre Leistungsträger. Sie initiiert hierzu u.a. Wissenstransfer und Themendialoge.

**Die KTG strebt Klimaneutralität bis 2030 an.**

Die KTG will ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2030 durch ein breites Bündel an Maßnahmen reduzieren und somit ihren Beitrag zum städtischen Klimaschutzziel leisten.

**Die KTG gestaltet Dienstreisen und Mobilität der Mitarbeitenden nachhaltig.**

Die KTG arbeitet daran, das Bewusstsein aller Mitarbeitenden für die Auswirkungen der eigenen Mobilität zu schärfen und fördert Alternativen.

**Die KTG ist Ausbildungs- und Arbeitsstelle im Sinne umfassender sozialer Nachhaltigkeit.**

Diversität, Inklusion und Geschlechtergleichstellung sind gelebte Grundsätze bei der KTG. Soziale Verantwortung übernimmt die KTG u.a. durch Vereinbarkeit von Familie und Beruf und Gesundheitsmanagement.

**Die KTG etabliert ein Nachhaltigkeitsmanagement und integriert Nachhaltigkeit in bereichsübergreifende Strategie- und Planungsprozesse.**

Diese strategischen Nachhaltigkeitsziele sollen in die Überarbeitung der Gesamtstrategie einfließen. Die aktuelle Tourismusstrategie enthält keine messbaren Ziele, vielmehr ist sie stark auf das Image der Stadt ausgerichtet. Mit der künftigen Tourismusstrategie sollen auch neue touristische Kennzahlen definiert werden, die weg gehen von der Wachstumspolitik (Übernachtungen/Ankünfte) und das Gemeinwohl verstärkt in den Fokus rücken.

### 3.3 Nachhaltigkeitsrat

Das Gründen eines **Nachhaltigkeitsrates** gehört zu den zentralen Aufgaben im Rahmen der Zertifizierung zum nachhaltigen Reiseziel. Die KTG hat diesem Thema besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Die Stadt verfügt bereits über eine Vielzahl an Titeln (u.a. Bio- und Faire Stadt) sowie über zahlreiche Initiativen, die sich dem Thema Nachhaltigkeit widmen. Mit der Zertifizierung will die KTG branchenübergreifend agieren und Netzwerke sinnvoll verbinden. Der Nachhaltigkeitsrat der KTG ist hierbei ein wichtiger Partner. Bestehend aus Forschung und Lehre (KIT), Energieversorgern (Stadtwerke Karlsruhe), touristischen Leistungsträgern (Restaurant erasmus als nachhaltigstes Restaurant Deutschlands, Location „räume“, Kulturküche Karlsruhe), Produzenten (Die Produktfabrik), Verbänden (Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald, Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord), Unternehmen (dm Drogeriemarkt, Karlsruher Energie- und Klimaschutzagentur) und Mobilitätsanbietern (Karlsruher Verkehrsverbund), steht der KTG nicht nur Fachkompetenz für die Weiterentwicklung zu einer nachhaltigeren Stadt zur Verfügung, sondern auch ein umfassendes Netzwerk. Bereits in der Gründungssitzung am 9. Mai 2022 setzte der Nachhaltigkeitsrat klare Akzente: Nachhaltigkeit muss entlang der Wertschöpfungskette ausgerichtet werden, Mehrwerte schaffen und interdisziplinär gedacht werden. Neben einer klaren Haltung steht die Bedeutung systemischer Zusammenhänge im Vordergrund und der Wunsch nach einer lernenden Gesellschaft. Die hochkarätige Zusammensetzung des Rates spiegelt sich auch in seinem Arbeitsprogramm wider bzw. in den Vorhaben, die der Rat definiert hat. Wichtig ist, dass alle Maßnahmen eine Hilfe zur Selbsthilfe darstellen und Best-Practice vor erhobenem Zeigefinger steht. Mit dem KIT ist auch eine Exzellenz-Universität im Rat vertreten, die sich u.a. auf Reallabore spezialisiert hat. Diese können und sollen auch zur nachhaltigen Entwicklung in der Stadt beitragen. Zu guter Letzt haben sich alle Mitglieder darauf verständigt, auch außerhalb der regulären Treffen in aktivem Austausch zu bleiben.



Von links nach rechts:

Dr. Peter Zimmer, René Skiba, Dr. Daniel Ketzer, Dr. Frank Pagel, Florian Schmid, David Stakemeier, Pascal Rastetter, Jana Kolodzie, Sabine Bingenheimer, Andrea Galotti, Kristine Siomonis, Diana Stier, Karén Weber  
Es fehlten auf dem Bild: Sandra Schmidt, Oliver Parodi, Dr. Felix Wagner, Markus Schleyer

## Nachhaltigkeitsrat KTG

Name	Funktion	Firma	Sparte
Kristine Simonis	Teamleitung Nachhaltige Mobilität	KEK (Karlsruher Energie- und Klimaschutzagentur)	gemeinnützige Institution (Themen: Energie und Klimaschutz)
Andrea Gallotti	Inhaberin	Erasmus, BIO fine dining Restaurant	Restaurant
Sabine Bingenheimer	Geschäftsführerin	Die Produktfabrik	Unternehmen
Sarina Sievert	Projektmanagement Naturpark-Klimaprojekt	Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord	Verein
René Skiba	Geschäftsführer	Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald	Tourismus GmbH (Nachhaltiges Reiseziel)
Diana Stier	Inhaberin	raeume Karlsruhe	Veranstaltungslocation
Dr. Frank Pagel	Abteilungsleitung Verkehrsplanung/ Qualitätsmanagement	KVV/regiomove	Karlsruher Verkehrsbetriebe
Markus Schleyer	Leiter des Referats Umweltschutz	Stadtwerke Karlsruhe	Energie- und Trinkwasserversorger
Sandra Schmidt	Einkaufs- und Nachhaltigkeitsteam der Kulturküche BioDepot	Kulturküche Karlsruhe	Gastronomie/Kultur/soziales Engagement
Oliver Parodi	Leitung	KAT, Karlsruher Transformationszentrum für Nachhaltigkeit und Kulturwandel, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) des Karlsruher Institut für Technologie (KIT)	Universität
Dr. Daniel Ketzler	Nachhaltigkeitsmanagement und -berichtswesen	Sustainability Office, KIT	Universität
Dr. Felix Wagner	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	KAT Karlsruher Transformationszentrum für Nachhaltigkeit und Kulturwandel, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) des Karlsruher Institut für Technologie (KIT)	Universität
David Stakemeier	Produktmanagement Nachhaltigkeit, Kommunikation	dm-drogerie markt GmbH + Co. KG	Unternehmen
Karén Weber	ppa./Leitung Marketing/ Nachhaltigkeitsbeauftragte	KTG	DMO
Jana Kolodzie	ppa./Leitung touristische Entwicklung/ Nachhaltigkeitsbeauftragte	KTG	DMO

### 3.4 Destinationsmanagement-Struktur

Die KTG Karlsruhe Tourismus GmbH ist die Destinationsmanagementorganisation für die Stadt Karlsruhe. Als DMO ist die KTG für die Schaffung, Bündelung und Vermarktung touristischer Angebote der Stadt verantwortlich. Hierfür hat sie im Jahr 2015 eine Tourismusstrategie erarbeitet. Die Tourismusstrategie wurde 2019 um eine Digitalisierungsstrategie fortgeschrieben. Mit der 2021 übernommenen Aufgabe, die Stadt zum nachhaltigen Reiseziel zu entwickeln, wurde auch das Thema Nachhaltigkeit in die Fortschreibung der Tourismusstrategie integriert. Mit ihren Maßnahmen zur Destinationsentwicklung und Tourismusförderung verfolgt die KTG einen professionellen und marktgerechten Markenauftritt.

Die KTG wurde im Jahr 2014 als eigenständige Organisation aus der Karlsruhe Messe- und Kongress GmbH ausgegliedert. Einzige Gesellschafterin ist die Stadt Karlsruhe. Seit Oktober 2018 hat sie ihren zentralen Sitz am Marktplatz Karlsruhe. Im November 2019 wurde mit dem Schaufenster Karlsruhe eine der digitalsten Tourist-Informationen Deutschlands eröffnet.

#### Einordnung in die Landestourismusstrukturen

Die Tourismuskonzeption des Landes Baden-Württemberg ist maßgeblich für die Einordnung von Städten und Regionen ins touristische Gesamtgefüge des Landes. Karlsruhe kann hier auf Grund der definierten Kriterien als Einzelmarke auftreten. Dennoch wird eine aktive Einbindung in die Produktmarken des Landes als zielführend betrachtet. Die KTG entsendet hierfür aus den jeweiligen Fachbereichen Mitarbeitende in die entsprechenden Gremien und Arbeitskreise.

Die Stadt Karlsruhe ist Gesellschafterin der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG). Die KTG wird in ihrer Funktion als DMO in die Gremien der STG (Gesellschafterversammlung, Aufsichtsrat sowie Ausschüsse und Arbeitskreise) entsandt. Ebenso ist die KTG in verschiedenen Gremien der TMBW (Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg) auf Landesebene tätig.

Die Stadt Karlsruhe gehört darüber hinaus seit April 2021 mit ihren Stadtteilen Durlach, Wolfartsweier, Grünwettersbach, Hohenwettersbach, Palmbach und Stupferich zum Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord. Auch hier übernimmt die KTG die Aufgabe von Bündelung, Schaffung und Vermarktung von Angeboten gemäß ihrer Tourismusstrategie.

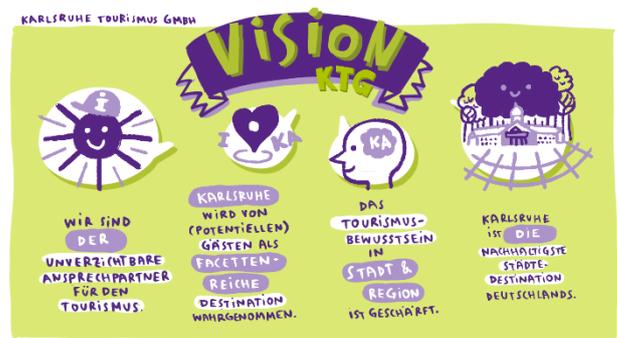
### 3.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug

Das Leitbild der KTG aus dem Gründungsjahr 2015 wurde 2022 im Rahmen des Zertifizierungsprozesses in Zusammenarbeit mit allen Mitarbeitenden in Form von Workshops intensiv überarbeitet. Zielsetzung war es, das Selbstverständnis der KTG als DMO sowie die Grundprinzipien unserer Arbeit an aktuelle Entwicklungen anzupassen und klarer zu formulieren, wie wir das Unternehmen für die Zukunft aufstellen wollen. Das Leitbild fasst in prägnanten Leitsätzen die Vision, Mission und Werte der KTG zusammen. Darüber hinaus gibt es den Mitarbeitenden Orientierung in der täglichen Arbeit und stellt den Rahmen für die strategische Ausrichtung des Unternehmens.

Das Leitbild wird von allen Mitarbeitenden getragen und ist auf der Homepage der KTG platziert: <https://www.karlsruhe-erleben.de/partner/nachhaltigkeit/gemeinsam-aktiv-gestalten/nachhaltiges-leitbild>. Im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Sommer- und Winterworkshops für alle Mitarbeitenden werden einzelne Punkte aus dem Leitbild aufgegriffen und vertieft bearbeitet, um so zu gewährleisten, dass das Leitbild gelebt wird. Der aus dem Unternehmenskürzel entwickelte Slogan „Kreativ. Tatkräftig. Gemeinsam.“ wird nach innen wie außen gleichermaßen eingesetzt: Die monatlichen Teammeetings mit allen Mitarbeitenden stehen unter diesem Motto. Hier werden nicht nur die Leitthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung regelmäßig aufgerufen, sondern alle Abteilungen haben die Möglichkeit, ihre Kernthemen im Meeting zu platzieren.

Nach außen wird der Slogan häufig in einer abgewandelten Form eingesetzt: „Kooperativ. Tatkräftig. Gemeinsam.“ spiegelt dabei das Verhältnis zu Partner\*innen und Stakeholder\*innen wider.

Als Destinationsmanagementorganisation ist den Mitarbeitenden der KTG das Wohl der Einheimischen ebenso wichtig, wie das ihrer Gäste. In der Unternehmensmission findet sich dieses Gleichgewicht in der Formulierung: „Wir sind das Sprachrohr des Tourismus. Gegenüber Politik, Leistungsträger\*innen und der Bevölkerung erhöhen wir die Sichtbarkeit des Tourismus und der KTG als touristischer Kompetenzträger und Impulsgeber.“



### 3.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte\*

Die KTG hat auf Geschäftsleitungsebene ein Nachhaltigkeitsteam eingerichtet. Die beiden Prokuristinnen des Unternehmens (Karén Weber und Jana Kolodzie) sind als Nachhaltigkeitsbeauftragte benannt. Auf Grund ihrer Berufserfahrung sowie einschlägiger Fortbildungen im Bereich Nachhaltigkeit verfügen sie über ausreichend Kompetenzen, um den Nachhaltigkeitsprozess im Unternehmen zu koordinieren und maßgeblich voranzutreiben. Sie sind Ansprechpartnerinnen innerhalb des Unternehmens sowie für die Partnerbetriebe und externe Stakeholder in allen Belangen der Nachhaltigkeit. Vor allem im Bereich der Pflege des Partnernetzwerkes werden sie unterstützt von Mitglieder\*innen des Teams aus allen Bereichen, in denen Partnernetzwerke gepflegt werden (Kultur in Karlsruhe (KIK), Convention Bureau Karlsruhe + Region, sowie Netzwerke & Partner).

### 3.7 Partnerbetriebe

Die KTG verfügt über ein umfangreiches Partnernetzwerk. Innerhalb der Unternehmensstruktur gibt es in der Abteilung touristische Entwicklung, Projektkoordination & Nachhaltigkeit eine Stelle, die sich ausschließlich dem Thema Netzwerk & Partner widmet. Dort werden alle übergeordneten Kommunikationsmaßnahmen und eigene Partnerveranstaltungen gebündelt. Monatlich erscheint ein B2B-Rundschreiben an mehr als 1.000 Adressen in Karlsruhe und der Region, das u.a. auch regelmäßig zu den Nachhaltigkeitsbestrebungen der KTG informiert und Tipps gibt zu interessanten Themen wie Veranstaltungen, Hilfen und Beratungen rund um die Nachhaltigkeit. Die Partnerveranstaltungen (Round Table Tourismus (thematischer Austausch), Sommerliches und Winterliches Partnertreffen (Netzwerkveranstaltung mit Betriebsbesichtigungen) sowie der jährliche Tourismustag (größte Partnerveranstaltung des Jahres) werden möglichst nachhaltig ausgerichtet (Location, Verpflegung etc.), ab 2024 besteht der Anspruch, mindestens die Kriterien von [Green Event Baden-Württemberg](#) zu erfüllen. Diese Grundlage wird auch in das Verbesserungsprogramm aufgenommen. Darüber hinaus pflegt die KTG zwei themenspezifische Netzwerke:

#### Kultur in Karlsruhe (KIK)

Bereits 2015 wurde die Initiative Kultur in Karlsruhe als heterogenes Kulturnetzwerk ins Leben gerufen. Die Initiative ist bei der KTG im Kulturmanagement angesiedelt und organisiert für die Kulturpartner\*innen aktives Standortmarketing (lokal/regional). Zielsetzung ist es, dass in Karlsruhe geltende „Recht auf Kultur“ erlebbar zu machen. Hierbei steht die kulturelle Vielfalt vom Badischen Landesmuseum (BLM) bis zum Improtheater im Fokus. Das Netzwerk umfasst inzwischen rund 50 Institutionen und zeichnet sich durch einen gemeinsamen Etat genauso aus, wie durch die Heterogenität der Mitglieder.

Die Kulturinstitutionen in Stadt und Region sind sich ihrer Verantwortung bewusst und sind entschieden daran interessiert, Partner\*innen des nachhaltigen Reiseziels zu werden. Auf Grund der großen Diversität der Einrichtungen und nicht vorhandener einheitlicher Zertifizierungen für Kulturinstitutionen sollte der TourCert-Check als Grundlage für die Integration der Kulturinstitutionen genutzt werden. Die unterschiedlichen Partner haben jedoch festgestellt, dass dieser nicht für Kulturinstitutionen geeignet ist. Es ist vorgesehen, mit den Kulturinstitutionen ein Sustainability Commitment sowie eine gemeinsame Absichtserklärung zur Entwicklung von tragfähigen Kriterien (analog TourCert-Check) für Kulturinstitutionen zu schließen. Im Verbesserungsprogramm ist die Entwicklung der Nachhaltigkeitskriterien als wichtiger Punkt aufgeführt. Grundlagen des Landes Baden-Württemberg zur [Klimaneutralität von Landeskultureinrichtungen](#) bis 2030 sowie das neue Label „green motion“ sollen hierbei ebenso zum Tragen kommen, wie die Erfahrungen und Maßnahmen der Kultureinrichtungen selbst.

#### Convention Bureau Karlsruhe + Region

Seit 2009 existiert das Convention Bureau Karlsruhe + Region und vereint derzeit mehr als 100 Partner\*innen aus den Bereichen Messe, Incentives, Kongresse und Events. Als Non-Profit-Organisation ist das Convention Bureau der zentrale und unabhängige Dienstleister, wenn es um Veranstaltungen in Karlsruhe und/oder der Region geht. Seit einigen Jahren setzt das Convention Bureau konsequent auf Green Meetings. Partner\*innen des Convention Bureaus können Partner\*innen des nachhaltigen Reiseziels werden, da über das Convention Bureau eine direkte Geschäftsbeziehung zur KTG besteht. Sollten sie regional zu bereits zertifizierten Regionen/Städten gehören, bleibt die Lage entscheidend, nicht die Zugehörigkeit zum Convention Bureau.

## Hotels in Karlsruhe

Der Hotelmarkt in Karlsruhe befindet sich in einem großen Umbruch. Allein in den Jahren 2023 – 2025 werden sechs neue Häuser mit rd. 2.500 Betten eröffnen. Innerhalb der Stadt gibt es derzeit 63 Hotels, von denen acht Hotels bereits über eine Zertifizierung/Label aus dem Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsbereich verfügen. Ein weiteres Hotel, das im September 2023 eröffnet (Motel One) verfügt ebenfalls über eine Zertifizierung.

Die Zahl der Betriebe, die als Partner\*innen des nachhaltigen Reiseziels gewonnen werden konnten, beläuft sich aktuell auf 19. Unter den Betrieben befinden sich Hotels, Restaurants, Bars, Locations und Freizeitanbieter. Von allen Betrieben liegen die Vereinbarungen vor. Bei acht Betrieben liegen der KTG alle Unterlagen komplett vor. Die fehlenden Unterlagen der anderen Betriebe sind in Arbeit und werden nachgereicht. Die Gewinnung von Partnerbetrieben gestaltet sich besonders schwierig, da die multiplen Krisen u.a. (Fach-)Kräftemangel, Energiekrise, Inflation und weltweite Kriegsgeschehen im direkten Anschluss an die Corona-Pandemie viele Unternehmen vor vielschichtige Herausforderungen stellt. Im Zusammenspiel mit der nahezu zeitgleichen Neueröffnung vieler Hotels steht deren dauerhaft hohe Auslastung derzeit deutlich mehr im Fokus als viele andere Themen. Die Gewinnung und Betreuung von Partnerbetrieben ist daher als dauerhafte Aufgabe im Verbesserungsprogramm festgesetzt.



KTG-Partnertreffen



KTG-Tourismustag 2022

### 3.8 Dialog mit Anspruchsgruppen

Die KTG hat ausgewählte Anspruchsgruppen für ihre Arbeit definiert. Hierunter fallen:

- Primär: alle Mitarbeiter\*innen der KTG inkl. Auszubildende, Studierende, Volontär\*innen, Praktikant\*innen und Mini-Jobber, der Aufsichtsrat und die Gesellschafterversammlung der KTG
- Sekundär: touristische Leistungsträger\*innen, Städtische Gesellschaften sowie einzelne Ämter der Stadt Karlsruhe, Verbände und übergeordnete Institutionen
- Tertiär: Medien, tourismusfremde Institutionen, der Wirtschaft sowie der Politik außerhalb der Lokalpolitik

Die KTG steht mit diesen Anspruchsgruppen in regelmäßigem Austausch.

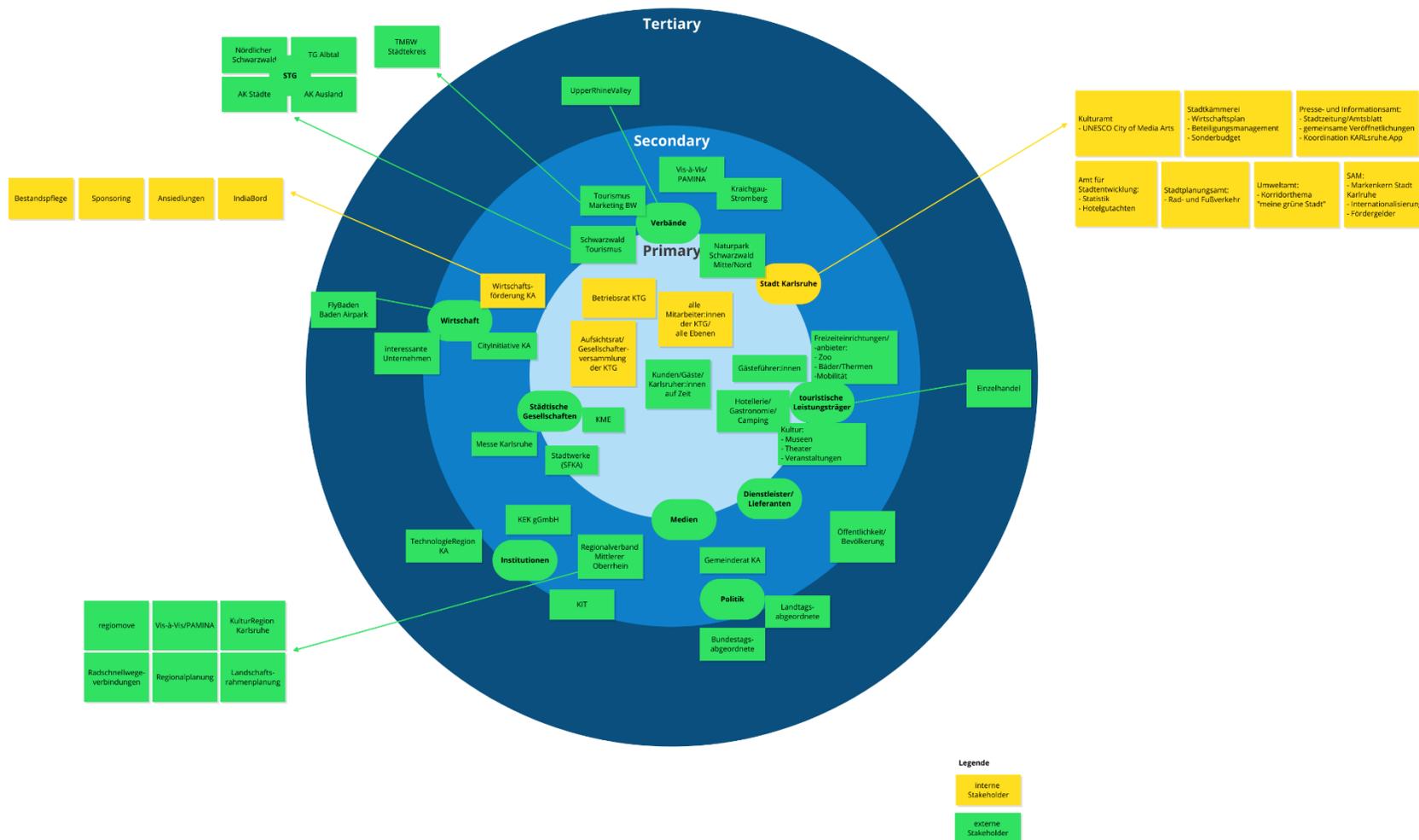
Interne Kommunikation	B2B	B2C
Monatliches Meeting unter dem Motto K.T.G. (kreativ. tatkräftig. gemeinsam.) Nachhaltigkeit als Leitthema gesetzt	Monatliche Rundschreiben, TOP Nachhaltigkeit ist hierbei fester Bestandteil	Monatlicher Newsletter
Einmal jährlich je ein Sommer- und ein Winterworkshop u.a. mit Themen wie „Leitbild leben“	Partnerveranstaltungen: Round Table Tourismus (2–3-mal pro Jahr), sommerliches und winterliches Partnertreffen, Tourismustag (einmal pro Jahr)	<a href="http://www.karlsruhe-erleben.de/naturstadt/nachhaltiges-karlsruhe">www.karlsruhe-erleben.de/naturstadt/nachhaltiges-karlsruhe</a>
Sonderfortbildungsformate für Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeitsduschen und Change-Challenge (2021/2022)	Direkter Dialog mit Betrieben	Blogbeiträge u.a. zu nachhaltigem Shoppen, Erlebnissen etc.
	Netzwerke Kultur in Karlsruhe (KIK) + Convention Bureau	Social Media Beiträge
	Online-Schulungsreihe: Nachhaltigkeit zum Frühstück (2022) Lunch & Learn (2023)	
	<a href="http://www.karlsruhe-erleben.de/partner/nachhaltigkeit">www.karlsruhe-erleben.de/partner/nachhaltigkeit</a>	

Die Maßnahmen werden regelmäßig evaluiert und fortgeschrieben.

Im Rahmen des Zertifizierungsprozesses wurden die Geschäftspartner\*innen befragt. Die Beteiligung an der Befragung war sehr gering. Die Geschäftspartner\*innen, die sich beteiligt haben, beschreiben den Umgang der KTG mit ihnen als partnerschaftlich und fair. Diese Rückmeldung erhält die KTG auch im direkten Gespräch und bei den Partnerveranstaltungen. Hervorgehoben wird auch, dass die KTG offen für Ideen ist und diese in geeignetem Rahmen auch umsetzt. Die Bestrebungen der KTG, die Stadt zum nachhaltigen Reiseziel zu entwickeln, ist den Akteur\*innen bekannt und sie fühlen sich gut informiert. Der Zufriedenheits-Index liegt bei 85,7%. Mit Blick auf die Beteiligung ist dieser Wert jedoch noch nicht aussagekräftig. Für die künftigen Befragungen wird eine höhere Beteiligung angestrebt.

# STAKEHOLDER-MAP/ANSPRUCHSGRUPPEN

Simultaneously collect lots of ideas and rank them in order of importance.  
Read more: <https://concept...>



### 3.9 Nachhaltigkeitskommunikation

Auf Grund der unter 3.8. vorgestellten Maßnahmen zum Dialog mit den Anspruchsgruppen, ist den Mitarbeitenden der Tourist-Information das nachhaltige Angebot in der Stadt bekannt und kann entsprechend vermittelt werden. Hierzu zählen auch Informationen zur nachhaltigen Mobilität, regionaler Kultur und zum kulturellen Erbe. Aber auch Wissen zu nachhaltigen Initiativen kann vermittelt werden. Die Mitarbeitenden bringen aktiv ihre Erfahrungen in den Prozess ein und geben gezielt Hinweise auf mögliche Verbesserungsmaßnahmen. Das Nachhaltigkeitsteam wird über das Verbesserungsprogramm ein Ideenmanagement einführen, um noch besser auf das Feedback der Mitarbeitenden eingehen zu können.

	Einheit	2022
Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung	%	74

### 3.10 Rechtskonformität

Die KTG ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Karlsruhe. Die Einhaltung der geltenden Gesetze und rechtlichen Standards ist durch die gesetzlich verankerten und im Gesellschaftervertrag festgesetzten Regelungen gewährleistet. Arbeitsrechtlich gelten für alle Mitarbeitenden der KTG die im Tarifvertrag des Öffentlichen Dienstes vereinbarten Standards. Die Rechte der Mitarbeitenden werden darüber hinaus durch einen Betriebsrat vertreten. Die KTG ist Ausbildungsbetrieb, wobei alle Ausbildungsbereiche abgedeckt werden (Berufsausbildung, Duales Studium, Volontariate sowie Pflichtpraktika im Rahmen des Studiums). Durch die Beschäftigung von ausgebildetem und qualifiziertem Personal ist zudem gewährleistet, dass die Mitarbeitenden Kenntnis über die relevanten Gesetze haben und diese auch einhalten. Zusätzlich wird durch regelmäßige Fortbildungen in ausgewählten Bereichen wie Datenschutz oder Arbeitssicherheit für Wissenstransfer Sorge getragen. In Austausch mit dem Aufsichtsrat und der Gesellschafterin wird die Arbeit der KTG regelmäßig überprüft und bewertet. Die KTG Karlsruhe Tourismus GmbH verhält sich umsichtig und nimmt Ihre Sorgfaltspflicht sowohl journalistisch wie auch publizistisch wahr.

### 3.11 Verbesserungsmanagement

Die KTG hat den Prozess zur Zertifizierung zum Nachhaltigen Reiseziel unter das Motto „Action not words“ gestellt, da es von Anfang an darum ging, in nachhaltigeres Handeln zu kommen und auch die Partner\*innen zu nachhaltigerem Handeln zu motivieren. Hierzu zählt das regelmäßige Evaluieren von Produkten/Prozessen und Maßnahmen genauso dazu wie die Weiterentwicklung von Karlsruhe als nachhaltiges Reiseziel. Die KTG hat sich hierfür analog den Grundlagen zur Servicequalität ein umfangreiches Verbesserungsprogramm gegeben, das sich zum einen auf Maßnahmen innerhalb des Unternehmens selbst (bspw. die Entwicklung von nachhaltigen Beschaffungsrichtlinien, die Überarbeitung der Dienstreiseanweisung o.ä.) und zum anderen auf die Zusammenarbeit mit den Partner\*innen und vor allem auf die Erlebbarkeit von Nachhaltigkeit für den Gast bezieht.

Mit Hilfe einer Stärken-Schwächen-Analyse sowie einer Wesentlichkeitsanalyse wurden sinnvolle Verbesserungsmaßnahmen entwickelt. Sie decken unterschiedliche Handlungsfelder der KTG ab und tragen mit kurzfristigen und langfristigen Bausteinen zur nachhaltigen Verbesserung und Weiterentwicklung von Karlsruhe als nachhaltiges Reiseziel bei. Das wichtigste Ziel des Verbesserungsprogramms ist die langfristige Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger\*innen und Partner\*innen der KTG.

Die Nachhaltigkeitsbeauftragten sollen den Entwicklungsstand der Maßnahmen im Blick behalten, um die fristgemäße Umsetzung zu gewährleisten. Sie sollen in Zusammenarbeit mit dem Team, dem Nachhaltigkeitsrat und aus persönlichen Gesprächen sowie Umfrageergebnissen heraus die Maßnahmen weiterentwickeln. Das vollständige Verbesserungsprogramm ist als Anlage beigefügt.

## 4 Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung

### 4.1 Gästezufriedenheit, Qualitätsbewusstsein und Innovation

Die KTG ist über die Servicequalität Deutschland (SQD) in Stufe 1 zertifiziert. Innerhalb der KTG sind über alle Abteilungen hinweg Mitarbeitende als Servicecoach ausgebildet. 2021 hat die KTG erneut eine SQD-Schulung für die Mitarbeitenden angeboten. Die Schulung wurde inhouse durchgeführt und es wurden auch Plätze an Mitarbeitende interessierter Partnerbetriebe vergeben. Vier Mal pro Quartal trifft sich eine Arbeitsgruppe, um die geplanten Maßnahmen zu evaluieren und Folgemaßnahmen zu definieren. Für 2024 ist die Anerkennung in SQD-Stufe 2 vorgesehen. Der Mystery-Check ist für Ende 2023 geplant. Im Vorfeld des Mystery-Checks erfolgt eine Auffrischung zum Thema Servicequalität für alle Mitarbeitenden der KTG, unabhängig von einer Ausbildung zum Servicecoach. Im Zusammenhang mit der SQD-Auszeichnung ist eine Richtlinie zur Behandlung von Beschwerden auf den Weg gebracht worden. Diese gilt in erster Linie für das Team der Tourist-Information. Ein Gesamtprozess zum Beschwerdemanagement im ganzen Unternehmen ist als geplante Maßnahme im SQD-System hinterlegt und soll 2024 umgesetzt werden.

Die KTG informiert regelmäßig in ihren B2B-Rundschreiben über aktuelle Qualitätsinitiativen und Fortbildungen zur Verbesserung des Qualitätsbewusstseins. Die KTG engagiert sich aktiv in den drei Arbeitsgruppen des Deutschen Tourismusverbandes, so beispielsweise in der Arbeitsgruppe Servicequalität und Kundenorientierung. Die Ergebnisse aus der Arbeitsgruppe fließen in die Arbeit der Destination ein.

Die Tourist-Information als wichtigste Anlaufstelle unserer Besucher\*innen vor Ort (Tourist\*innen wie auch Einheimische) ist darüber hinaus mit der i-Marke des DTV ausgezeichnet und trägt den Titel „Seniorenfreundlicher Service“, der durch den Stadtseniorenrat Karlsruhe vergeben wird. In der Tourist-Information befindet sich ein digitales Kundenfeedback-System, das zum einen eine einfache Bewertung via Smiley-System (rot, gelb, grün) ermöglicht, zum anderen aber auch detailliertere Abfragen zum Besuch der Tourist-Information erfragt.

In unregelmäßigen Abständen beteiligt sich die KTG zu Marktforschungszwecken an der Destination Brand Studie und gibt Studien in Auftrag, die auch die Gästezufriedenheit beinhalten. Da diese Studien mit einem hohen personellen wie auch finanziellen Aufwand verbunden sind, können sie mittelfristig nicht regelmäßig umgesetzt werden. Für den Zeitraum 2024 – 2026 ist vorgesehen, mindestens eine Gästebefragung mit dem Amt für Stadtentwicklung der Stadt Karlsruhe gemeinsam aufzusetzen. Zielsetzung wird es sein, neben der Gästezufriedenheit auch Themen wie Anreise, Aktivitäten vor Ort etc. zu eruieren.

Über die B2B-Formate Round Table und Tourismustag werden regelmäßig aktuelle Themen aus dem Tourismus allgemein, aber auch aus dem touristischen Stadtgeschehen aufgegriffen. Über diesen Weg gelingt es, Partner\*innen zu motivieren, sich Trends, aber auch den Dauerthemen Digitalisierung/Nachhaltigkeit und Servicequalität zu öffnen und aktiv die Umsetzung im eigenen Unternehmen zu forcieren.

## 4.2 Besucherinformation und -sensibilisierung

Die Gästezahlen der Stadt Karlsruhe haben derzeit keine negativen Auswirkungen auf Bevölkerung und Naturräume. Die Dezentralität der touristischen Angebote bei gleichzeitig kurzen Wegen, die zu Fuß, mit dem Rad oder dem sehr gut ausgebauten ÖPNV gemacht werden können, sorgt in sich für eine gute Besucherlenkung. Das richtige Verhalten, vor allem in den (geschützten) Naturräumen wird durch Hinweistafeln und Presseinformationen/Webseiten durch das Amt für Umwelt- und Arbeitsschutz, das Gartenbauamt sowie das Forstamt gefördert. Hierbei werden auch übergeordnete Kampagnen von Verbänden eingesetzt bzw. kommuniziert.

Für große Veranstaltungen, die kurzfristig für hohes Besucheraufkommen sorgen, gelten einheitliche Richtlinien. So wird in allen Veröffentlichungen auf die Anreise mit dem ÖPNV hingewiesen, bei einigen Veranstaltungen gelten die Eintrittstickets gleichzeitig als Fahrscheine. Der Einsatz von Mehrweggeschirr bzw. kompostierbarem Geschirr gilt als selbstverständlich. Auch bei Give Aways wird großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Einige der Veranstaltungen werden jährlich mit entsprechenden Auszeichnungen geehrt, so wird „Das FEST“, eines der größten Open-Air-Festivals in Deutschland, seit vielen Jahren mit dem „A Greener Festival Award“ ausgezeichnet.

Die KTG sensibilisiert über die Website vor allem für eine nachhaltige Anreise und Mobilität vor Ort. Darüber hinaus lädt sie Menschen dazu ein, die Stadt der kurzen Wege zu Fuß, mit dem Rad oder dem ÖPNV zu entdecken.

## 4.3 Barrierefreiheit

Seit 2016 hat die Stadt Karlsruhe eine kommunale Behindertenbeauftragte, die u.a. auf Bedürfnisse Betroffener aufmerksam macht und Gremien wie auch Organisationen beratend und unterstützend begleitet. Ulrike Wernert ist bei der Sozial- und Jugendbehörde der Stadt Karlsruhe angegliedert. Die Stadt bietet mit der [Web App „Karlsruhe Barrierefrei“](#) Hinweise zur Barrierefreiheit öffentlicher und öffentlich zugänglicher Einrichtungen sowie Informationen, die die individuelle Planung zur Mobilität in der Stadt erleichtern sollen.

Die Tourist-Information im Schaufenster Karlsruhe ist mit der i-Marke des Deutschen Tourismusverbandes ausgezeichnet. Barrierefreiheit besteht hier vor allem im Zugang, auch ist der Counter barrierefrei zugänglich. Es gibt auch ein behindertengerechtes WC. Die digitalen Angebote in der Tourist-Information werden über die Mitarbeitenden der Tourist-Information zugänglich gemacht, sind selbst jedoch nicht barrierefrei.

Es gibt in Karlsruhe derzeit keinen Anbieter, der nach den geltenden Kriterien von „Reisen für alle“ zertifiziert ist. Alle Angebote die barrierefrei bzw. barrierearm sind, sind auf der Seite Webseite [www.karlsruhe-erleben.de/anreise-und-vor-ort/barrierefrei](http://www.karlsruhe-erleben.de/anreise-und-vor-ort/barrierefrei) hinterlegt. Die Seite wird derzeit überarbeitet. Beim Relaunch der gemeinsam von KTG und KME Karlsruhe Marketing- und Event GmbH betriebenen Website soll auch das Thema Barrierefreiheit gemäß der EU-Richtlinie zur Barrierefreiheit von Websites und mobilen Anwendungen berücksichtigt werden. Der Relaunch ist für 2024 vorgesehen.

Stadt Karlsruhe und KTG haben einen Stadtplan für Menschen mit Einschränkungen konzipiert, der zum Herbst 2023 auf den Markt gebracht wird.

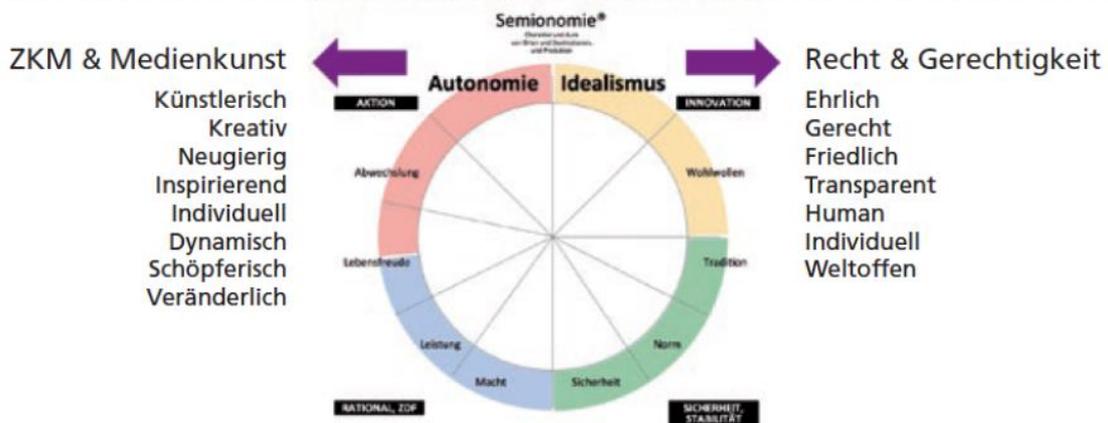
Bis dato erfolgt die Kommunikation von barrierefreien/barrierearmen Angeboten dezentral über unterschiedliche Ämter und die KTG. Im Verbesserungsprogramm ist deshalb die strategische Aufstellung der Kommunikation von barrierefreien Angeboten festgehalten.

#### 4.4 Nachhaltige Produktbausteine

Die KTG hat in einem umfassenden Markenworkshop mit dem gesamten Team die folgende Positionierung für Karlsruhe definiert. Diese bildet die Grundlage für unsere Angebote.

## Unser Versprechen Lebendige Kultur. Echtes Leben.

Strahlen wir dieses Versprechen in unserem Verhalten, in der Sprache, im Design und in den einzelnen Kommunikationsmaßnahmen aus?



**Markenkern**  
**Markencharakter**  
**Leistungsversprechen**

**Fächerstadt mit Recht auf Kultur**  
**Individuell, kreativ veränderlich**  
**Lebendige Kultur. Echtes Leben.**

Karlsruhe bietet ein umfangreiches Kulturerlebnis für jeden Geschmack. Ergänzt wird dieses Angebot durch eine bunte kulinarische Vielfalt von einer erstklassigen Bar-Szene über qualitativ hochwertige Wochenmärkte bis zum Bio-Fine-Dining Restaurant. Die grüne Stadt Karlsruhe zeigt sich unweit des quirligen Treibens der Innenstadt: der Zoologische Stadtgarten direkt am Hauptbahnhof, Botanischer Garten und Schlossgarten zentrumsnah und der Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord, der am Turmberg beginnt. Als [Fahrradstadt](#) verfügt Karlsruhe über ein gut ausgebautes Radnetz, das auch durch die Anbindung an diverse Fernradwanderwege glänzt (z.B. Badischer Weinradweg oder Stromberg-Murratal-Radweg). Mit der von der KTG entwickelten NaturRadTour Karlsruhe verfügt Karlsruhe über ein besonderes Angebot, das acht Naturschutzgebiete und drei Naturräume auf nur 48 Kilometern Länge miteinander verbindet. Mobilität spielt auch bei der Planung von Angeboten eine große Rolle. So bestehen u.a. Kooperationen mit dem Spezialreiseveranstalter für Bahnreisen in Deutschland und Europa [BAHNHIT.DE](#) oder der Mobilitätsmarke des Landes Baden-Württemberg *bwegt*.

Die Stadt Karlsruhe verfügt über ein klassisches Städtereiseangebot, das Stadtführungen zu Fuß und mit dem Rad zu kulturellen/historischen Themen sowie kulinarische Angebote umfasst. Die KTG ist hierbei Reiseveranstalter und Reisemittler. Die eigenen, wie auch die vermittelten Angebote sind auf Grund der Angebotsstruktur als nachhaltig einzustufen. Auch für die Anreise nach Karlsruhe sowie für die Wege innerhalb der Stadt steht ein erstklassiges Angebot von Bahn, ÖPNV und Leihsystemen (Fahrrad/E-Roller/Car-Sharing) zur Verfügung. ÖPNV und Leihsysteme sind über die Karlsruher Verkehrsverbund KVV-APP [regiomove](#) einfach und unkompliziert buchbar.

Die KTG präsentiert auf einer gesonderten Website alle [nachhaltigen Angebote](#). Hier werden nicht nur zertifizierte Gastgeber\*innen und Restaurants vorgestellt, sondern auch die Themen nachhaltig Einkaufen, nachhaltig Draußen, nachhaltig Arbeiten und natürlich nachhaltig unterwegs ausführlich dargestellt. Die Produkte werden regelmäßig evaluiert. Ein abteilungsübergreifendes Produktteam ist bei der Neueinführung von Produkten im Einsatz. Die Produkte müssen sich an den Kriterien der Nachhaltigkeit orientieren.

Kritisch zu bewerten im Rahmen der KTG-Angebote ist die City Tour. Die KTG bedient sich bei den Bustouren eines externen Unternehmers. Alle Doppelstockbusse des Unternehmers sind noch dieselbetrieben. Dies stellt vor allem in Zeiten mit geringerer Auslastung ein Problem dar. Gespräche mit dem Inhaber wurden geführt. Grundsätzlich ist eine Umrüstung auf einen alternativen Antrieb denkbar. Es fehlen jedoch die finanziellen Mittel und auch unter Berücksichtigung möglicher Fördergelder kann sich der Unternehmer die Umrüstung der gesamten Flotte derzeit nicht erlauben. Da in den Wintermonaten die City Tour derzeit nicht angeboten wird, ist die KTG derzeit mit dem Betreiber im Gespräch, ob ein elektrisch betriebener Kleinbus, der normal in Stuttgart fährt, in den Wintermonaten in Karlsruhe eingesetzt werden kann. Hierfür hat die KTG bereits Kontakte zum städtischen ÖPNV-Anbieter hinsichtlich Park- und Ladeinfrastruktur hergestellt.

Neben den klassischen Stadterlebnissen bietet die Tourist-Information für die Bevölkerung und Gäste Souvenirs unterschiedlicher Art an. Vor allem im Bereich von Lebensmitteln und außergewöhnlichen Start-Up-Ideen wird hier vorwiegend auf lokale/regionale Anbieter gesetzt. Bei der Beschaffung von Souvenirs fehlt zurzeit noch eine Beschaffungsrichtlinie, die die Nachhaltigkeit in allen Facetten abbildet. Diese sowie ein Leitfaden für die Produktentwicklung (Erlebnisse) unter Nachhaltigkeitsaspekten sind Teil des Verbesserungsprogrammes.

Der im Rahmen der Zertifizierung durchgeführte Produktcheck offenbart, dass zwar alle Mitarbeitenden Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit erhalten haben, dass aber die Übertragung in den Arbeitsalltag noch nicht immer gelingt. Die Anmerkungen und Anregungen der Mitarbeitenden werden ernst genommen. In vertiefenden Gesprächen soll ergründet werden, welchen Bedarf sie über die Schulungen hinaus haben und wie die Anregungen umgesetzt werden können. Der Produktcheck-Gesamtindex lag bei 64,7%.



## 5 Ökonomie: Ökonomische Sicherung

### 5.1 Wirtschaftliche Stabilität

Die KTG ist als Tochtergesellschaft der Stadt Karlsruhe mit öffentlich-rechtlichem Auftrag ein Wirtschaftsunternehmen ohne Gewinnerzielungsabsicht. Die Finanzierung der Gesellschaft erfolgt über einen Betriebskostenzuschuss der Stadt Karlsruhe als alleinige Gesellschafterin sowie über Erlöse aus Provisionen/Miete/Kooperationen, projektbezogene Erlöse und sonstige betriebliche Erlöse. Den größten Anteil an Erlösen aus Kooperationen und Projekten bilden hierbei die beiden KTG-eigenen Kooperationsprojekte „Kultur in Karlsruhe“ und „Convention Bureau Karlsruhe + Region“.

	Einheit	2019	2020	2021	2022
Durchschnittliche Bettenauslastung	%	49,5	27,5	27,1	39,1
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	1,8	1,9	2	2
Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner (Tourismusintensität)	Anz	3.683	1.814	1.878	3.077
Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region	€	911.700.000	540.900.000	*	*
Touristische Ausgaben pro Besucher pro Tag	€	75,36	64,24	*	*
Höhe des Steueraufkommens des Tourismus	%	130,11	162,39	*	*
Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen	%	4,7	4,1	3,8	*
Auskunft über die wirtschaftliche Stabilität der KTG.					
Zusammensetzung des Umsatzes der DMO		Erlöse aus Provision/Miete/Kooperation	Projektbezogene Erlöse	Betriebskostenzuschuss	Sonstige betriebliche Erlöse
Wirtschaftliche Entwicklung der letzten 3 Jahre des DMO-Gesamtumsatzes		3.853.624,30	3.614.783,65	3.855.725,52	4.123.198,52

\*Daten für den Wirtschaftsfaktor Tourismus für 2022 werden vom dwif derzeit erarbeitet. Die Daten liegen voraussichtlich im Spätherbst 2023 vor. Für das Jahr 2021 wurden keine separaten Daten erhoben.

## 5.2 Saisonalität

Karlsruhe erhebt derzeit keine Bettensteuer und/oder Tourismusabgabe, daher basieren die Kenntnisse zu Ankünften und Übernachtungen auf den Daten des Statistischen Landesamtes sowie der Statistikstelle des Amtes für Stadtentwicklung. Die Statistik wird monatlich ausgewertet. Darüber hinaus beteiligt sich die KTG unregelmäßig an Studien wie Destination Brand oder der Tourismusakzeptanzstudie der Schwarzwald Tourismus GmbH. Die Berechnung des Wirtschaftsfaktors Tourismus soll zukünftig alle zwei bis drei Jahre erfolgen. Die Studie für 2022 findet sich derzeit in Bearbeitung.

Als Messe- und Kongressstandort in Verbindung mit dem erstklassigen kulturellen und touristischen Angebot ist Karlsruhe nicht von extremen Saisonschwankungen betroffen. Die Schwankungen in den von der Pandemie betroffenen Jahren 2020 – 2022 zeigen deutlich die jeweiligen Reiseeinschränkungen und sind nicht repräsentativ für Karlsruhe. Karlsruhe galt lange als klassisches Businessreiseziel mit einem guten Messe- und Kongressangebot sowie der entsprechenden Wirtschaftsstruktur. Der Anteil von Businessreisenden lag bei deutlich mehr als 80 Prozent. Es waren vor allem die Wochenendzeiten, in denen die Auslastung der Hotels deutlich geringer war. Die konsequente Fokussierung auf die hohe Freizeitqualität und das touristische Angebot im Rahmen der Vermarktung hat stark dazu beigetragen, dass sich die Anteile von privat motivierten Reisen deutlich gesteigert haben. Inzwischen beträgt der Anteil der Businessreisenden 70% und weniger. Der sich verändernde Hotelmarkt in Karlsruhe trägt ebenfalls dazu bei, dass die Betriebe neue Wege einschlagen und sich verstärkt um neue Zielgruppen bemühen. Die KTG steht hierbei durch ihre B2B-Veranstaltungen und den regelmäßigen persönlichen Kontakt in gutem Austausch mit den Hoteliers. In einer Arbeitsgruppe mit der DEHOGA-Fachgruppe Hotel werden neben den aktuellen Themen aus Hotellerie und Tourismus auch Projekte initiiert, die zu einer saisonunabhängigen guten Auslastung beitragen sollen. Der Round Table Hotellerie, der durch die Messe Karlsruhe zweimal jährlich durchgeführt wird, trägt dazu bei, dass auch das Thema Businessreisen weiterhin einen hohen Stellenwert für Karlsruhe behält.

## 5.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

Die KTG ist sich der großen Herausforderungen des Fachkräftemangels in der Branche bewusst. Als Ausbildungsbetrieb setzt sie auf branchenübergreifende gemeinsame Aktionen für die Gewinnung von Auszubildenden. So wurde z.B. in Kooperation mit DEHOGA, IHK, Kreishandwerkerschaft Karlsruhe und Wirtschaftsförderung Karlsruhe 2022 eine gemeinsame Ausbildungsinitiative umgesetzt. Über eine Woche lang konnten sich Schüler\*innen im und um das Schaufenster Karlsruhe herum über die Ausbildungsberufe in Tourismus, Handel und Handwerk informieren, Dinge aktiv ausprobieren und alle Fragen stellen. Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, hat die IHK Karlsruhe bereits 2008 die Bildungsinitiative Wirtschaft macht Schule ins Leben gerufen. Die KTG ist offizieller Partner der Initiative und ermöglicht es den Schüler\*innen der Augustenburgschule Karlsruhe in einem praktischen Bewerbungstraining erste Erfahrungen mit Vorstellungsgesprächen zu sammeln.

Im Rahmen der KTG-eigenen B2B-Veranstaltungen stehen die Themen Fachkräftegewinnung, Mitarbeiter\*innen-Bindung und Ausbildung immer wieder auf der Agenda.

Gemäß der Studie zum Wirtschaftsfaktor Tourismus zum Tourismusjahr 2019 wurde durch den Bruttoumsatz von 911,7 Millionen Euro ein Touristischer Einkommensbeitrag von insgesamt 409,7 Millionen Euro erwirtschaftet. Dies entspricht einem Äquivalent von rund 13.970 Personen, die durch die touristische Nachfrage ein durchschnittliches Primäreinkommen pro Kopf und Jahr beziehen könnten.

	Einheit	2019	2020	2021
Anzahl der Beschäftigten insgesamt Stichtag jeweils Ende September	Anz	200858	199266	201504
dar. Tourismusbranche 2)	Anz	8246	7250	6942
- Dar. Auszubildende	Anz	210	185	152
Tourismusberufe 3)	Anz	9430	8344	7961
- Dar. Auszubildende	Anz	229	221	197

© Statistik der Bundesagentur für Arbeit

1) Beschäftigte = ausschließlich geringfügig Beschäftigte + sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

2) Summe der Wirtschaftsabteilungen 55 Beherbergung, 56 Gastronomie und 79 Reisebüros, -veranstalter und sonstige Reservierungsdienstleister nach der Systematik der Wirtschaftszweige WZ 2008.

3) Summe der Berufsgruppen 293 Berufe in der Speisenzubereitung, 631 Berufe in Tourismus und Sport, 632 Berufe in der Hotellerie, 633 Berufe in der Gastronomie nach der Klassifikation der Berufe (KldB) 2010.

## 6 Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft

### 6.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt/Kooperation mit Naturschutzakteuren

Die Stadt Karlsruhe gilt als grüne Stadt. Sie ist Mitglied des Bio-Städtenetzwerkes, Fairtrade-Stadt und wurde bereits 2016 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Karlsruhe verfügt über diverse ausgewiesene Schutzgebiete, einige davon direkt in der Stadt, wie der Alte Flugplatz Karlsruhe. Insgesamt beträgt der Anteil an Schutzgebieten an der Gesamtfläche 4,2% und umfasst eine Fläche von 7,8 km<sup>2</sup>. Die Stadt hat ein umfangreiches Klimaschutzkonzept erstellt, in das alle Ämter und städtischen Gesellschaften integriert sind.

Die Stadt Karlsruhe ist seit 2021 Mitglied im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord und pflegt seit Gründung des Nationalparks eine Patenschaft zum Nationalpark Schwarzwald. Die Mitgliedschaft im Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord soll vor allem dafür eingesetzt werden, die Bevölkerung, aber auch Gäste für einen nachhaltigen Umgang mit der Natur zu sensibilisieren. Eine Arbeitsgruppe bestehend aus Forstamt, Amt für Umwelt- und Arbeitsschutz, Gartenbauamt, Liegenschaftsamt, Zentralem juristischen Dienst und der KTG haben gemeinsam ein umfangreiches Konzept für die Mitgliedschaft im Naturpark erarbeitet. Es orientiert sich an den übergeordneten Zielen des Naturparks. Mit Hilfe von Naturparkförderprojekten sollen Angebote geschaffen werden, die zu einem naturnahen Erleben beitragen. Die Arbeitsgruppe bewertet dabei auch, welche Risiken durch die Schaffung der Angebote bestehen und prüft, inwieweit Anpassungen und Änderungen zur Minimierung dieser Risiken beitragen können. Bei der Entwicklung von attraktiven Themenwegen, wie der in Umsetzung befindlichen Naturpark-AugenBlick-Runde, wird neben den Naturschutzbehörden auch eng mit dem Schwarzwaldverein zusammengearbeitet, um eine langfristige Sicherung des Angebots zu schaffen. Auch das Thema Umwelt- und Naturbildung spielt hier eine große Rolle, so werden u.a. die Angebote der Waldpädagogik in die Bewerbung eingebunden und es wurde ein Kindergarten als Naturparkkindergarten ausgezeichnet. Für die Zukunft ist geplant, Gastronomiebetriebe in den zum Naturpark gehörenden Ortsteilen als Naturparkwirte auszuzeichnen.

Die Stadt Karlsruhe hat sechs Leitthemen für die Stadt identifiziert, die in sogenannten IQ-Themen (intelligent & quervernetzt) bearbeitet werden. Die KTG arbeitet aktiv in den Arbeitsgruppen zum IQ-Thema „Meine Grüne Stadt“ mit. Hier werden u.a. Maßnahmen zum Klimaschutz erarbeitet, die auf die im Klimaschutzkonzept erarbeiteten Klimaziele einzahlen.

Die KTG ist Gründungsmitglied im Netzwerk „Carbon Farming Mittelbaden“. Durch die Mitgliedschaft sollen Kompensationsmöglichkeiten auch durch regionale Initiativen möglich gemacht werden. Als regenerative Bewirtschaftungsform soll Carbon Farming Klimagase im Boden binden und dem Klimawandel entgegenwirken. Die Mitgliedschaft im Netzwerk ist eine Chance für die KTG und ihre touristischen Partner\*innen, die Aufmerksamkeit in der Region, aber auch beim Reisenden auf das Thema ökologischer Fußabdruck und Nachhaltigkeit zu erhöhen. Die KTG wird in Zukunft in enger Zusammenarbeit mit der KEK Karlsruher Energie- und Klimaschutzagentur gGmbH und dem Carbon Farming Netzwerk ein regionale Kompensationsangebot für Übernachtungsgäste in Karlsruhe anbieten. Unsere Gäste sollen neben dem Ausgleich zum nachhaltigen Handeln angeregt werden.

Die nachfolgenden Organisationen sind derzeit die Mitglieder und für Gründung und Etablierung eines Netzwerks mit dem Schwerpunkt „Carbon Farming“ in der Region Mittelbaden/ Mittlerer Oberrhein zur Förderung von Projekten der Kohlenstoffanreicherung landwirtschaftlich genutzter Böden: Energieagentur Mittelbaden gGmbH, Karlsruher Energie und Klimaschutzagentur gGmbH, Karlsruhe Tourismus GmbH, Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord e.V., Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald, Umwelt- und Energieagentur Landkreis Karlsruhe GmbH.

Ziele des Netzwerks sind:

- Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Kohlenstoffbindung als Beitrag zum Klimaschutz sowie zur Klimaanpassung
- Anschlag, Bekanntmachung und Begleitung von regionalen Klimaschutzprojekten im Bereich „Carbon Farming“
- Gewinnung von (finanziellen und ideellen) Unterstützern der genannten Projekte aus den Bereichen Kommunen, Unternehmen, Institutionen, Tourismus und Privatpersonen
- Aufbau einer Netzwerk-Plattform zur Projektunterstützung und zur Integration von regionalen Klimaschutzprojekten im Bereich „Carbon Farming“ in die Klimafonds der Energieagenturen, um diese für Unternehmen sowie für Kommunen, Unternehmen, kommunale Akteure und Bürger zugänglich zu machen
- Vernetzung und Kooperation unterschiedlicher Ebenen, die mit dem Thema regionale Klimaschutzprojekte verbunden sind (Projektierung, Unterstützung, Netzwerken). Die Teilnehmer des Netzwerks spiegeln die beteiligten Rollen wider, die sie in eine solche Plattform einbringen.
- Wissensaufbau zur Messung und Berechnung der Kohlenstoffbindung über Standardisierungsverfahren und Transfer zu Klimaschutzakteuren und –zertifizierern.
- Untersuchung der Möglichkeiten zur Durchführung von PIK-Maßnahmen durch die Ausbringung von Terra Preta auf landwirtschaftlichen Flächen zur Generierung von Öko-Punkten bzw. Flächenausgleich bei Beibehaltung der landwirtschaftlichen Flächen und Nutzung.

Darüber hinaus sollen aus dem Tätigkeitsfeld des Naturschutzes und des kommunalen Umfeldes weitere Teilnehmer angesprochen werden wie beispielsweise Naturschutzorganisationen oder auch regionale Organisationen mit Bezug zu Klimaschutz und Klimaanpassung.

Nach einer Gewinnungsphase des Netzaufbaus sollen Aufbau, Betrieb und Begleitung des Netzwerks erfolgen.

## 6.2 Erhalt der biologischen Vielfalt

Die Stadt Karlsruhe ist ein Hotspot der biologischen Vielfalt. Die Grundlage zum Schutz und zur Förderung dieser Vielfalt ist das umfangreiche [Biodiversitätskonzept](#). Die KTG hat die Biodiversitätsförderung in ihr neues Leitbild integriert. Aktuell setzt sie im Sinne der Wissensvermittlung vor allem auf die Angebote der Partner\*innen in der Stadt, z.B. die Angebote von Forstamt, Waldpädagogik, Naturschutzzentrum Rappenwört oder des Zoologischen Stadtgartens mit seiner umfangreichen Artschutzstiftung. Seit Frühjahr 2022 gibt es im Stadtteil Grötzingen darüber hinaus einen Biodiversitätspfad, der auf der Website unter „nachhaltig draußen“ zu finden ist.

## 6.3 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild

Die Stadt Karlsruhe ist eine vergleichsweise junge Stadt. Mit Durlach, als „Mutter“ der Stadt Karlsruhe verfügt sie noch über einen mittelalterlichen Stadtteil. Karlsruhe als Planstadt ist geprägt durch den Fächergrundriss. Die Fächerstrahlen führen zum Schloss, so wie es sich der Stadtgründer Markgraf Karl III. Wilhelm von Baden-Durlach gewünscht hat. Architektonisch ist Karlsruhe zum einen geprägt von der Architektur Weinbrenners, verfügt noch über einen gut erhaltenen Anteil an Jugendstilbauten und hat mit der Dammerstock-Siedlung eine Bauhaus-Siedlung. Die KTG verfügt über attraktive Angebote, die es ermöglichen, diese prägende Architektur zu erleben. Der Schutz und die Pflege dieser architektonischen Vielfalt obliegen der Stadtplanung und dem Denkmalschutz.

## 6.4 Regional abgestimmte Besucher\*innen-Lenkung

Die Besucherlenkung ist in der Stadt Karlsruhe an unterschiedlichen Stellen verortet. Für den Bereich Rad- und Fußverkehr und die Vernetzung, z.B. innerhalb des Radnetzes BW ist das Stadtplanungsamt zuständig. Die KTG steht hier in regelmäßigem Austausch, vor allem in Bezug auf die touristisch relevanten Radrouten. Bei der Entwicklung von Mountainbike-Touren gilt in Baden-Württemberg das Mountainbike-Handbuch, das bereits im Rahmen der Entwicklung der Touren alle Anspruchs- und Nutzergruppen einbindet. Somit werden von Anfang an auch mögliche Nutzer\*innen-Konflikte in der Planung berücksichtigt. Mit Blick auf Wanderwege ist schwerpunktmäßig das Forstamt eingebunden und auch der Schwarzwaldverein und der ortsansässige Mountainbike-Club werden in Bezug auf die Wegeführung/Markierung gehört.

Die Besucherlenkung innerhalb der Stadt ist zwischenzeitlich in die Jahre gekommen. Durch den großen Stadtumbau wird in den kommenden Jahren hier ein neues System entstehen. Dieses wird durch das Stadtplanungsamt und das Tiefbauamt umgesetzt, städtische Gesellschaften wie die Messe Karlsruhe, die KME Karlsruhe Marketing- und Event GmbH und die KTG werden genauso eingebunden, wie das Kulturamt. So wird sichergestellt, dass alle Interessengruppen gehört werden und Bevölkerung wie auch Gäste künftig gut geführt werden.

Unabhängig von den klassischen Lenkungsthemen werden auf der Website der Stadt Karlsruhe sowie auf der [karlsruhe-erleben.de](#)-Website auch die Auswirkungen des Klimawandels auf das Stadterlebnis berücksichtigt. So gibt es u.a. einen [Stadtplan für heiße Tage](#) oder einen Überblick über [grüne Oasen/Badeseen in Stadt und Region](#).

## 6.5 Naturnahe Flächen und Außenanlagen

Die KTG ist Mieterin einer Immobilie, die nicht zum städtischen Bestand gehört. Sie ist nicht zuständig für Bäder, Kultur- und/oder Parkanlagen und verfügt auch sonst nicht über eigene Flächen. Die Lage direkt am Marktplatz sowie die städtischen Gestaltungsrichtlinien erlauben keine naturnahe Gestaltung.

## 7 Umwelt: Ressourcenmanagement

### 7.1 Handlungsfelder des Klimawandels

Die Stadt Karlsruhe, als kreisfreie Stadt, verfügt über ein Klimaschutzkonzept. Alle städtischen Ämter und Gesellschaften sind in die Erarbeitung und vor allem in die Umsetzung eingebunden und verpflichtet, ihren Anteil zur Erreichung der städtischen Klimaziele beizutragen. Die durch den Zertifizierungsprozess erhobenen Daten werden nun dazu eingesetzt, um messbare Ziele zu formulieren und entsprechende Maßnahmen umzusetzen. Die Stadt Karlsruhe gehört bereits jetzt zu den heißesten Städten des Landes. Es existiert ein Hitzeaktionsplan. Die KTG informiert u.a. über kühle Orte und das umfangreiche Trinkwasserbrunnen-Angebot der Stadt.

### 7.2 Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte/umweltschonende An- und Abreise/Mobilität vor Ort

In Sachen Mobilität ist Karlsruhe seit jeher als Pionier unterwegs. Das in Karlsruhe eingesetzte Tram-Train-System ermöglicht es, dass die Stadt- und Straßenbahnen bis weit in die Region fahren können, da die Spurbreite denen der Deutschen Bahn entspricht. So kann man vom Marktplatz bundeslandübergreifend in die Pfalz fahren, genauso leicht und mit guter Taktung geht es in den Schwarzwald und durch den Kraichgau bis nach Öhringen oder nach Mannheim in die Kurpfalz. Innerhalb der Stadt ist mit Fertigstellung der sogenannten Kombi-Lösung nicht nur die Fußgängerzone nun untertunnelt, sondern es wurde mit dem Autotunnel durch die Kriegsstraße eine weitere oberirdische Straßenbahnlinie eröffnet und durch die Verlagerung der Autos in den Tunnel auch eine durchgehende Ost-West-Radverbindung geschaffen. Mit einem umfangreichen Leihangebot für Räder, E-Roller und Autos bestehen auch gute Lösungen für die sogenannte letzte Meile. Durch das Mobilitätsangebot regiomove sind alle ÖPNV-Angebote mit den Sharing-Angeboten vernetzt buchbar. Das vom Schwarzwald initiierte KONUS-Modell ermöglicht es darüber hinaus, dass Schwarzwaldurlauber\*innen kostenlos bis in die Karlsruher Innenstadt fahren können.

Karlsruhe ist auch ICE-Halt für viele Verbindungen innerhalb Deutschlands sowie ins europäische Ausland. Mit dem TGV ist man in nur vier Stunden zwischen Karlsruhe und Paris unterwegs.

Karlsruhe ist an das Radnetz BW angebunden und gehört zu den fahrradfreundlichsten Städten Deutschlands gemäß ADFC-Fahrradklimatest. Für den Alltagsradverkehr wie auch mit Blick auf touristische Routen bietet Karlsruhe ein ausgewogenes Angebot, bei dem auch die Abstellmöglichkeiten für Räder nicht zu kurz kommen. So ist u.a. das Fahrradparkhaus am Karlsruher Hauptbahnhof zu nennen.

Die KTG setzt bei der Kommunikation deshalb auf die Anreise mit der Bahn und die aktive Nutzung von ÖPNV und Rad vor Ort. Hierzu sind auch Angebote u.a. mit dem Anbieter BAHNHIT.DE verfügbar. Darüber hinaus ist die KTG Partner der Landesmobilitätsmarke *bwegt* plus und bietet in ausgewählten Einrichtungen Ermäßigungen für Gäste, die mit dem ÖPNV anreisen. Trotz des erstklassigen Angebotes des ÖPNV in der Stadt, steht bei vielen touristischen Leistungsträger\*innen noch immer das Auto an erster Stelle, wenn es um die Anreise der Gäste geht. Die KTG plant zusammen mit dem Amt für Stadtentwicklung und dem Karlsruher Verkehrsverbund KVV eine Gästebefragung, um das Anreiseverhalten der Gäste besser analysieren zu können. Die Umsetzung ist noch nicht terminiert. Mit den Ergebnissen und der aktiven Kommunikation zur umweltfreundlichen Anreise sollen die Leistungsträger stärker motiviert werden, die Anreise mit der Bahn zu forcieren und mehr Gäste zur Anreise mit der Bahn motiviert werden.

### 7.3 Klima- und Umweltschutz in Betrieben

Der Zertifizierungsprozess zum nachhaltigen Reiseziel zeigt, dass viele Betriebe vor allem mit Blick auf die Ressourcen, steigende Preise und geändertes Kunden- und Buchungsverhalten bereits unterschiedliche Maßnahmen zu Klima- und Umweltschutz in Betrieben unternehmen. In den letzten Jahren hat sich das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Klima- und Umweltschutz in Hotelbetrieben stetig entwickelt. Viele Betriebe zögern jedoch bei der Einführung von Standards bzw. Zertifizierungssystemen. Das Feedback der Betriebe lautet vielmals, dass die Umstellung auf nachhaltige Maßnahmen nicht nur finanzielle Investitionen, sondern auch umfassende Anpassungen an Prozessen und Infrastruktur bedeuten. Diese erfordern Zeit, Ressourcen und Fachkenntnisse. Bei einem ohnehin knappen Personalbestand in der Hotelbranche gestaltet sich die Umsetzung solcher Initiativen oft als zeitaufwändig und ressourcenintensiv.

Die KTG setzt hier vor allem auf regelmäßige Informationen innerhalb des Rundschreibens sowie persönliche Gespräche, um umweltfreundliches Verhalten zu unterstützen. Hier wird besonders ein Augenmerk (ohne Fingerzeig) auf die Integration nachhaltiger Praktiken als Wettbewerbsvorteil mit dem auch langfristig Kosteneinsparungen erzielt werden können, gesetzt.

### 7.4 Wasserverbrauch und Abfallaufkommen

Die Klimaschutzkampagne der Stadt Karlsruhe ist maßgeblich für die Bereitstellung von Informationen zur Reduktion von Abfall, Wasserverbrauch, CO<sup>2</sup> etc. Die betriebliche Information von touristischen Betrieben wird unterstützt durch eine Fortbildungsreihe (Nachhaltigkeit zum Frühstück, 2021 und Lunch & Learn, 2022), die die KTG kostenlos für alle Interessierten in Zusammenarbeit mit der Klimapatenschaft GmbH anbietet.

Über die Badewasserqualität sowie die Trinkwasserqualität wird regelmäßig in der lokalen Presse und den sozialen Medien berichtet, dies gilt auch für kritische Werte.

### 7.5 Lärm, Luft- und Wasserqualität

Die Stadt Karlsruhe verfügt über einen Lärmaktionsplan. Auf Basis einer ausführlichen Lärmkartierung hat der Lärmaktionsplan die Aufgabe, Strategien und Maßnahmen zur Lärminderung und -vermeidung hochbelasteter Bereiche zu entwickeln und darüber hinaus bisher als ruhig geltende Stadtgebiete vor der Zunahme von Lärm zu schützen. Die größte Lärmbelästigung geht vom Straßen- wie auch Bahnverkehr aus. Auch dem Bereich des Freizeitlärms ist ein Abschnitt gewidmet, wobei hier vorwiegend Sportplätze/Spielplätze sowie Orte mit hoher Freizeitaufenthaltsqualität (Outdooraktivitäten) genannt werden. Spezielle Maßnahmen im Hinblick auf den Tourismus sind nicht notwendig, da keine erhöhte Lärmbelästigung auf touristische Aktivitäten zurückzuführen ist. Im Hinblick auf Großveranstaltungen gelten die gesetzlichen Regelungen, diese werden von den Veranstaltern berücksichtigt und seitens der Stadt regelmäßig geprüft.

Als Städtereiseziel ist die Einflussnahme auf Luft- und Wasserqualität sehr gering. Die Stadt Karlsruhe hat jedoch in ihrem Stadtentwicklungskonzept, im Klimaschutzkonzept sowie im Rahmen des IQ-Themas „Meine Grüne Stadt“, Luft- und Wasserqualität im Blick.

## 7.6 Energieeffizienz

Mit dem #EnergiePaktKA hat die Stadt im Herbst 2022 dazu aufgerufen, dass Unternehmen, der Konzern Stadt und alle Bürger\*innen mit vielen kleinen und großen Maßnahmen Karlsruhe zur „Musterstadt des Energiesparens“ machen sollten. Die Zielsetzung bestand in 20 Prozent weniger Energieverbrauch. Insgesamt konnten in der Stadt zusammen 381 GWh Energie eingespart werden, was das Einsparziel übererfüllt hat.

Der hohe Grad an Digitalisierung in der Tourist-Information im Schaufenster Karlsruhe bringt zwar hohe Angebots- und Informationsqualität, ist aber auch sehr energieintensiv. Die KTG hat im Rahmen des Energiepakts dauerhaft die Beleuchtung sowie die technischen Geräte ab der Schließzeit abends bis zur Öffnung morgens vollständig eingestellt. Darüber hinaus wurden alle Arbeitsplätze mit schaltbaren Steckerleisten versehen, sodass jeder Mitarbeitende bei Verlassen des Arbeitsplatzes auch den Standby-Betrieb von Geräten verhindert. Dies spiegelt sich deutlich im gesunkenen Verbrauch pro Mitarbeiter\*in wider.

Die KTG ist Mieterin in einer nicht-städtischen Immobilie. Neben der KTG sind auf der Fläche weitere städtische Partner untergebracht. Dazu zählen eine Abteilung der KME Karlsruhe Marketing- und Event GmbH, die Stadtwerke Karlsruhe (Kundenservice/Energieberatung) sowie die Stabstelle Verwaltungs- und Managemententwicklung des Oberbürgermeisters der Stadt Karlsruhe. Die als „Open Space“ geplante Fläche verfügt über Küchen (drei Etagen) und sanitäre Einrichtungen zur Gemeinschaftsnutzung. Den Strom bezieht die KTG von den Stadtwerken Karlsruhe wovon 58% Anteil an Ökostrom sind.

Dienstreisen der KTG fallen vorwiegend im Inland an. Sofern möglich werden die Reisen mit der Bahn und/oder öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt. Flugreisen sind nur mit Zustimmung der Geschäftsführung im ausdrücklichen Ausnahmefall möglich und zu vermeiden. Die KTG verfügt über ein Poolfahrzeug, rein elektrisch, das von allen Mitarbeitenden gebucht werden kann. Sofern das Poolfahrzeug nicht verfügbar ist, besteht für alle die Möglichkeit sich über den Carsharing-Anbieter „Stadtmobil“ ein Fahrzeug zu buchen. Außerdem steht ein Dienstrad zur Verfügung und über die Stadt Karlsruhe können Lastenräder gebucht werden.

	Einheit	2020	2021	2022
Stromverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	3.353,45	3.317,67	3.046,88
Dienstreisen pro Jahr	km	--	--	16715 km/Bahn
				1948 km/E-Auto
				1295,5 km/Auto
Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	--	--	58

## 7.7 Wasser

Der Wasserverbrauch im Unternehmen beschränkt sich auf die sanitären Einrichtungen sowie die Küchen inkl. Trinkwasserspender. Die eingesetzten Geräte entsprechend dem EU-Energielevel A/B. Alle Spülungen verfügen über eine Spartaste.

## 7.8 Abfall

Das Team der KTG ist angehalten den Müll sorgsam zu trennen. Nach einem Gespräch mit dem Vermieter konnte die Tonnensituation im Haus, die seitens der Mitarbeitenden bemängelt wurde, gelöst werden. Es besteht nun, wie in Karlsruhe üblich, die Möglichkeit nach Papier, Wertstoff und Restmüll zu trennen. Eine Biotonne für Speiseabfälle ist auf Grund der Inhouse-Lagerung des Mülls nicht möglich. Dennoch kann die KTG im Bereich der Abfallreduzierung in Zusammenarbeit mit ihren Mieter\*innen und der Reinigungsfirma deutlich besser werden. Eine Sensibilisierung der Mitarbeitenden hinsichtlich Mülltrennung und auf -vermeidung erfolgt innerhalb von Schulungen und vor allem im persönlichen Gespräch.

## 7.9 Papier

Grundsätzlich entfällt ein Großteil des Papierverbrauchs der KTG auf die Druckerzeugnisse für unsere Gäste. Der Druck erfolgt mehrheitlich auf Recyclingpapier (2021: 81,2%) und FSC/PEFC-Papier. Durch effizientes Auflagenmanagement wurden 2021 Broschüren mit einem Gesamtgewicht von rd. 2.350kg gedruckt. Im Impressum aller Broschüren wird jeweils auf die Druckart hingewiesen. Die Umsetzung aller Printmedien als klimaneutraler Druck wird ins Verbesserungsprogramm aufgenommen.

Vergleichsweise wenig Papier entfällt auf den Büroalltag, da ein Großteil der Büroorganisation digitalisiert ist. Bzgl. der Papieraufwendungen ist der Versand von Prospektmaterial und Reiseunterlagen sowie der Unterlagenversand (Aufsichtsrat/Dezernat) der größte Verursacher. Im Zuge der Digitalisierung wurde 2023 beschlossen, den Versand von Unterlagen an den Aufsichtsrat zu digitalisieren, dies wird zu einer weiteren Reduktion des Papierverbrauchs führen.

Im Büroalltag wird auf mehrmaliges Verwenden von Papier geachtet und alle Mitarbeitenden sollten in ihren Druckeinstellungen den beidseitigen Druck standardmäßig eingerichtet haben, um eine weitere Reduktion vorzunehmen. Dennoch besteht hier weiterhin Verbesserungspotential und es bedarf hin und wieder entsprechenden Auffrischungen.

	Einheit	2022
Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	11,77
Anteil an Recyclingpapier	%	100

## 7.10 Beschaffung

Die KTG nutzt bei Bestellungen von Büromaterial in erster Linie das „Kaufhaus der Stadt“ – hier hat die Stadt Karlsruhe mit städtischen/regionalen Unternehmen Vereinbarungen zu Bestellkonditionen, von denen alle Ämter und städtischen Gesellschaften profitieren. Putzmittel, Handtücher etc. werden über das Dienstleistungsunternehmen (Reinigung) zur Verfügung gestellt.

Für alle Mitarbeitenden stehen im Büroalltag ein Wasserspender (Trinkwasser/Leitung), Kaffee aus einer lokalen Rösterei sowie Milch/Hafermilch zur Verfügung. Für Besprechungen und interne Veranstaltungen stehen außerdem Getränke von Teinacher, Rothaus und lokalen Getränkepartnern wie Fächerbräu zur Verfügung. Catering für Veranstaltungen wird häufig über die Karlskantine geliefert. Die Karlskantine ist ein Unternehmen von WorKA, Teil der Lebenshilfe Karlsruhe. Das Inklusionsunternehmen setzt auf lokale Produzent\*innen und hat im Zuge der Mitgliedschaft im Bio-Städtenetzwerk einen Mindestanteil an Biolebensmitteln in Höhe von 25%.

Alle Themen der Beschaffung sollen im Rahmen des Verbesserungsprogramms in eine nachhaltige Beschaffungsrichtlinie fließen, um die Aspekte der Nachhaltigkeit noch konkreter bewerten zu können. Aktuell liegt der Anteil regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte bei nur rd. 17%. Dieser soll durch die Beschaffungsrichtlinie deutlich erhöht werden.

## 8 Soziales: Kultur und Identität

### 8.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern/kulturelle Identität

Die KTG hat bereits 2015 die Initiative KIK Kultur in Karlsruhe als heterogenes Kulturnetzwerk ins Leben gerufen. Darüber hinaus ist die KTG mit ihrem Kulturteam als Sprecherin im Arbeitskreis kulturelle Öffentlichkeitsarbeit tätig. Durch beide Aufgaben ist die KTG permanent in alle Bereiche der kulturellen Entwicklung eingebunden und kann sich aktiv positionieren. Über die Initiative Kultur in Karlsruhe sind drei wichtige Printmedien entstanden:

- Kulturhighlights – mit den wichtigsten kulturellen Veranstaltungen in Karlsruhe und der Region, erscheint zweimal jährlich
- Museen – enthält alle Karlsruher Museen, erscheint nach Bedarf
- Theater – enthält alle Karlsruher Theater vom Badischen Staatstheater bis zum Improtheater, erscheint nach Bedarf

Darüber hinaus informiert eine Website sowie die Social Media Kanäle zu den Projekten und Produkten der Initiative. Ergänzt wird die Arbeit durch Kulturblogs, Presse- und Bloggerreisen und Promo-Aktionen.

Die Stadt Karlsruhe ist Deutschlands einzige UNESCO City of Media Arts. In diesem Zusammenhang finden seit 2015 die Karlsruher Schlosslichtspiele statt, die die Fassade des Barockschlosses in eine riesige XXL-Leinwand mit atemberaubenden Medienkunst-Projection Mappings internationaler Künstler\*innen erstrahlen lässt. Die Schlosslichtspiele sind für Einheimische und Gäste kostenfrei und ermöglichen kulturellen Hochgenuss für alle Menschen.

Die Karlsruher Museen sorgen mit kostenfreiem Eintritt an jedem Freitagnachmittag dafür, dass das Karlsruher „Recht auf Kultur“ auch Menschen in schwierigen Lebenslagen erhalten bleibt.

Das Karlsruher Kulturnetzwerk gilt als Paradebeispiel für Kulturarbeit jenseits der klassischen Kulturförderung.

## 9 Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität

### 9.1 Risikomanagement

Die KTG verfügt über ein Risikomanagement, das sich jedoch vorwiegend auf die wirtschaftlichen Risiken beschränkt. Naturkatastrophen und außergewöhnliche Schadensereignisse, die das Leben oder die Gesundheit von Menschen, Tieren, Umwelt gefährden oder erhebliche Sachschäden verursachen, sind durch den Katastrophenschutz abgedeckt. Die in den vergangenen Jahren ausgebauten Warnmechanismen werden regelmäßig getestet. Trotz hoher Sicherheitsstandards und umfangreicher Vorsorgemaßnahmen, können nicht alle Risiken ausgeschlossen werden. Die schnelle Bereitstellung von Informationen und die Aufgaben der Gefahrenabwehr wird durch die zuständigen Behörden in Baden-Württemberg abgedeckt.

### 9.2 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen

Die gesetzlichen Neuregelungen zur Beschäftigungsqualität und den Arbeitsbedingungen in touristischen Betrieben haben für große Diskussionen gesorgt, wurden aber dennoch gut in den Unternehmen umgesetzt. Der hohe Fachkräftemangel in allen Bereichen zwingt darüber hinaus gute Konzepte für ihre Arbeitnehmer\*innen anzubieten, um langfristig den Betrieb zu sichern. Die KTG steht mit dem DEHOGA, aber auch mit den Firmen direkt im Austausch und hat bereits spannende Best-Practice-Beispiele z.B. bei digitalen Branchentreffen oder dem Tourismustag vorgestellt.

### 9.3 Zufriedenheit der Lokalbevölkerung

Durch die städtische Struktur besteht die Hauptaufgabe der KTG darin, das touristische Netzwerk zu stärken, Angebote zu bündeln und aus den bestehenden Angeboten neue Pakete zu schnüren. Weder die Wegeinfrastruktur noch die Bäder oder der Campingplatz obliegen ihrer Obhut. Die zuständigen Ämter und Gesellschaften informieren über ihre Kanäle die Bevölkerung zu den aktuellen Projekten z.B. über den Neubau eines Kombibades etc.

Beschwerden mit Bezug zum Tourismus, die bei der KTG und/oder städtischen Ämtern eingehen, werden bearbeitet und hinsichtlich möglicher Konsequenzen ausgewertet. Im Rahmen des Bundesförderprogramms für zukunftsfähige Innenstädte und Zentren war die KTG erstmals mit einem städtischen Projekt betraut, das neben einer Stakeholder- auch eine Bürgerbeteiligung umfasste. Als Ergebnis wird im Herbst ein Erlebnisraumkonzept für den Marktplatz vorgestellt. Die Umsetzung obliegt dann wieder den jeweiligen Fachämtern und Gesellschaften.

Die KTG hat sich 2023 auch an der Tourismusakzeptanzstudie der STG Schwarzwald Tourismus GmbH beteiligt. Die Ergebnisse werden in die Fortschreibung der Tourismusstrategie einfließen, die Bestandteil des Verbesserungsprogrammes ist.

### 9.4 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement

2015 zum 300. Stadtgeburtstag Karlsruhes wurde ein großes Volunteer-Programm entwickelt. Die Volunteers weisen den Besucher\*innen den Weg, informieren über das Programm oder betreuen Programmakteure – sie geben Veranstaltungen ein Gesicht und begeistern für die Stadt. Das Ehrenamtsprogramm ist in seiner Größe und Ausprägung und Nachhaltigkeit deutschlandweit einzigartig und wird von KME und KTG gemeinsam betreut.

Durch Aktionen in der Tourist-Information im Schaufenster Karlsruhe und einzelne Verkaufsprodukte werden Organisationen wie der „Keine kalten Füße e.V.“ oder „Soundforward e.V.“ unterstützt. Darüberhinausgehende Sponsoringaktivitäten sind steuerrechtlich nicht möglich.

## 9.5 Arbeitsbedingungen in der DMO/Team der KTG

Das Team der KTG Karlsruhe Tourismus GmbH umfasst 30 Mitarbeitende, die mit ihrer Motivation und ihrem Einsatz maßgeblich zum Erfolg der KTG beitragen. Das Team ist dabei in fünf Abteilungen aufgeteilt, wobei abteilungsübergreifende Projekte zum größeren Verständnis und stärkerer Gemeinschaft beitragen. Die KTG ist ein Ausbildungsbetrieb. Zum Team gehören: Auszubildende zur/m Kauffrau/-mann für Tourismus und Freizeit, Duale Studierende Tourismusmanagement sowie Volontär\*innen im Bereich Presse-/Öffentlichkeitsarbeit sowie im Bereich Kulturmarketing. Darüber hinaus bietet die KTG Studierenden aus unterschiedlichsten Bereichen die Möglichkeit, ihre Pflichtpraktika im Unternehmen zu absolvieren.

Die Abteilungen im Überblick:

- Geschäftsführung/Verwaltung
- Marketing
- Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit
- Touristische Entwicklung/Projektkoordination/Nachhaltigkeit
- Tourist-Information

Die flachen Hierarchien und eine durchgängige Kommunikation erlauben allen Mitarbeitenden selbständiges Handeln im Rahmen ihrer Tätigkeiten, was von allen sehr geschätzt wird. Die eingeführte Meetingstruktur, die neben den Teammeetings auch bereichsübergreifende Themen- und Projektmeetings sowie regelmäßige Meetings aller Mitarbeitenden sowie den Sommer- und Winterworkshop beinhaltet, schafft Raum für aktive Beteiligung aller. Der Meinung der Mitarbeitenden wird so auch im Unternehmensalltag große Bedeutung zugeschrieben. Die Bestrebungen des Unternehmens sich langfristig nachhaltig aufzustellen, wurde von den Mitarbeitenden als sehr wichtig eingestuft.

Die KTG verfügt über einen Betriebsrat, der sich engagiert für die Belange aller Mitarbeitenden einsetzt. So wurden über die tariflichen Bestimmungen hinaus bereits vor der Corona-Pandemie u.a. ein flexibles Arbeitszeitmodell sowie die Möglichkeit auf mobiles Arbeiten geschaffen. Zu den Arbeitszeitmodellen gehören auch die Altersteilzeit und familienfreundliche Arbeitszeiten. Die Mitarbeitenden der KTG schätzen die Gleichberechtigung zwischen Geschlechtern, Altersgruppen und Kulturen und tragen aktiv dazu bei, dass diese Gleichberechtigung gelebt wird. Dies spiegelt sich auch im wertschätzenden Umgang miteinander und einer konstruktiven Mitarbeit wider. Durch das Gesundheitsmanagement mit Angeboten von Autogenem Training, regelmäßige Gesundheitstage oder Stressprävention wird darüber hinaus für ein gesundes Betriebsklima gesorgt.

Auch in Sachen Mobilität bietet die KTG ihren Mitarbeitenden betriebliche Vorteile. Neben dem vorhandenen Poolfahrzeug (E-Auto) und der Möglichkeit Car-Sharing-Angebote für den Dienstverkehr zu nutzen, bietet die KTG seit 2023 allen Mitarbeitenden auch ein vergünstigtes Jobticket und die Möglichkeit über Jobrad günstig ein Fahrrad zu leasen.

	Einheit	2022
Anzahl Festangestellte (Volläquivalente)	Anz	25,49
Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anz	--
Anzahl Auszubildende/Studierende/Volontariate	Anz	6

## 9.6 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO

Im Rahmen der Zertifizierung hat die KTG ihr Mitarbeitenden befragt. Die Befragung wurde im Zeitraum vom 7. – 31. Juli 2022 durchgeführt. Im Bereich Strategie und Management wird den Führungskräften ein gutes Zeugnis ausgestellt. Die Mitarbeitenden fühlen sich in alle Prozesse mit einbezogen und schätzen es hoch ein, dass die KTG die Meinungen der Mitarbeitenden schätzt. Alle Maßnahmen zur Nachhaltigkeit sind den Mitarbeitenden sehr wichtig. Kritisch werden derzeit die Verteilung der Aufgaben und die unklaren Arbeitsabläufe gesehen. Die Geschäftsführung sowie die Abteilungsleitungen befinden sich hierzu bereits in einem Prozess der Aufarbeitung. Die Arbeitsbedingungen sind im Durchschnitt mit 78% positiv eingestuft. Wertschätzung, Überstundenregelungen und flexible Arbeitszeiten werden besonders positiv gewertet. Auch hier spiegeln sich im kritischen Bereich die o.g. Arbeits- und Aufgabenverteilung wider. Im Bereich betrieblicher Umweltschutz ist noch besonders viel Potential. Während die Thematik der Dienstreisen durchschnittlich gut bewertet werden, sind alle anderen Punkte deutlich unter dem Durchschnitt. Es gilt alle Bestrebungen des betrieblichen Umweltschutzes künftig deutlich besser zu kommunizieren. Die Anmerkungen und Hinweise aus der Mitarbeiter\*innenbefragung werden ausgewertet und fließen ins Verbesserungsprogramm ein.

	Einheit	2022
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	74
Rücklaufquote der Mitarbeitenden-Befragung	%	87%

## 9.7 Schulung zur Nachhaltigkeit

Für alle Mitarbeitenden der KTG besteht die Möglichkeit sich zu relevanten Themen fortzubilden. So gab es in den vergangenen drei Jahren u.a. Fortbildungen zum Thema Contentstrategie/Social Media, interne Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeit. Darüber hinaus bietet die KTG interne Schulungen an. So u.a. im Bereich Servicequalität Deutschland, bei der 2021 sechs Mitarbeitende und drei Partnerbetriebe zum Servicecoach ausgebildet wurden.

Mit Start in den Zertifizierungsprozess wurde ein umfangreiches Fortbildungsprogramm im Bereich Nachhaltigkeit initiiert. Für das Team der KTG fanden die sogenannten Nachhaltigkeitsduschen mit themenspezifischer Beleuchtung unterschiedlicher Aspekte der Nachhaltigkeit im Berufs- und Privatleben von Mobilität über Müll (Reduktion, Trennung, Verwertung) über den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bis hin zu Konsum und dessen Auswirkungen. Darüber hinaus wurden die Nachhaltigkeitsduschen mit Besichtigungen von nachhaltigen Betrieben angereichert, um allen Mitarbeitenden Einblicke in die Arbeit unserer Partnern\*innen zu ermöglichen. Nach den Nachhaltigkeitsduschen wurden alle Mitarbeitenden zu einer Change-Challenge eingeladen. Mit dem Wissen aus den Nachhaltigkeitsduschen konnten sich alle Mitarbeitenden eine Maßnahme auswählen, durch die sie ihren Alltag nachhaltiger gestalten. Die Maßnahmen umfassten u.a. kurz bzw. kaltes Duschen, vegetarische/vegane Ernährung, Verpackungsmüll vermeiden oder das Bad plastikfrei gestalten u.v.m. Alle Mitarbeitenden, die im Challenge-Zeitraum da waren, haben sich beteiligt. Nach vier Wochen gab es einen Erfahrungsaustausch. Erfreulich war, dass viele Dinge dauerhaft in den Alltag integriert wurden und die Challenge von den Mitarbeitenden in deren Freundeskreise und Familien weitergetragen und so viele Menschen erreicht wurden.

Für Mitarbeitende und B2B-Partner\*innen bietet die KTG seit 2022 eine Online-Schulungsreihe zur Nachhaltigkeit an. In einem kurzweiligen Format von nur 30 Minuten werden viele Bereiche der Nachhaltigkeit abgedeckt. Alle Schulungen werden aufgezeichnet, die Präsentationen und die Aufzeichnungen stehen auch nach der Session zur Verfügung. Die Nachhaltigkeitsschulungen wurden in Zusammenarbeit mit der Klimapatenschaft GmbH umgesetzt. Während 2022 (Nachhaltigkeit zum Frühstück) noch allgemeine Themen im Vordergrund standen, steht 2023 (Lunch & Learn) vollständig unter dem Thema Genuss, wobei Müllvermeidung, Lebensmittelverschwendung und mentale Gesundheit eine ebenso große Rolle spielen wie die Kommunikation der eigenen Maßnahmen.



KTG-Nachhaltigkeitsworkshop 2021

## 10 Impressum

KTG Karlsruhe Tourismus GmbH  
Kaiserstraße 72 – 74 Karlsruhe  
76133 Karlsruhe  
Tel: +49 (0)721 602997580

Mail: [touristinfo@karlsruhe-tourismus.de](mailto:touristinfo@karlsruhe-tourismus.de)

Web: <https://www.karlsruhe-erleben.de>

Facebook: <https://www.facebook.com/VisitKarlsruhe>

Instagramm: <https://www.instagram.com/visitkarlsruhe/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/VisitKarlsruhe>

Pinterest: <https://www.pinterest.de/visitkarlsruhe/>

### **Geschäftsführer:**

Pascal Rastetter | Tel. +49 (0)721 602997-500 | [pascal.rastetter@karlsruhe-tourismus.de](mailto:pascal.rastetter@karlsruhe-tourismus.de)

### **Nachhaltigkeitsbeauftragte:**

Jana Kolodzie | Tel. +49 (0)721 602997-560 | [jana.kolodzie@karlsruhe-tourismus.de](mailto:jana.kolodzie@karlsruhe-tourismus.de)

Karén Weber | Tel. +49 (0)721 602997-530 | [karen.weber@karlsruhe-tourismus.de](mailto:karen.weber@karlsruhe-tourismus.de)

Jahr der Datenerfassung: 2021/2022

Verfasserin des Berichts: Jana Kolodzie