

**Transition Pathway**

**for Tourism:**

**Den Übergang gestalten**

Zusammenfassung der Verpflichtungen der Interessengruppen veröffentlicht  
28 Juni 2022

Transition Pathway for Tourism : Leading the transition

Summary of published stakeholder commitments 28 June 2022

**CONTENTS**

EXECUTIVE SUMMARY 1

INTRODUCTION 2

Co-implementation as a follow-up of co-creation 3

Flexible and continuously expanding co-implementation process 3

Objectives of this report 4

ENGAGEMENT OF ORGANISATIONS 5

Overview of organisations 5

Processing of submissions 6

Links with other organisational commitments 7

Progress of organisational engagement 7

SUMMARY OF THE PLEDGES 9

Overview of pledges 9

Policy and governance 10

Green transition 13

Digital transition 16

Skills and Resilience 18

Stakeholder support 20

LEARNINGS FROM THE COMMITMENTS COLLECTION THIS FAR 22

Key messages for organisations who have proposed commitments 22

Key messages for organisations who are preparing pledges 22

Key learnings for the Commission 23

Tasks for the Together for EU Tourism community to solve together 23

CONCLUSIONS AND NEXT STEPS 24

ANNEX: ACTION TOPICS OF TRANSITION PATHWAY FOR TOURISM 25

Transition pathway – summary of published commitments 28 June 2022

**ZUSAMMENFASSUNG**

Die Kommission veröffentlichte im Februar 2022 den Übergangspfad für den Tourismus, gefolgt von einem Online-Aufruf für Verpflichtungen. Die Stakeholder wurden aufgefordert, ihre Verpflichtungen bis Ende Mai 2022 einzureichen, um an der ersten Bestandsaufnahme der aktiven Mitglieder der Gemeinschaft "Gemeinsam für den EU-Tourismus" teilzunehmen. Die Ergebnisse dieser ersten Runde der Sammlung von Verpflichtungen umfassen 186 veröffentlichte konkrete Handlungszusagen, die 25 der 27 Aktionsthemen des Übergangspfads abdecken. 112 Organisationen aus 20 EU-Mitgliedstaaten, dem Vereinigten Königreich und der Schweiz haben ihr Engagement für den Übergangspfad im Tourismus zum Ausdruck gebracht.

Bei der Kommission sind viel mehr Vorschläge für Verpflichtungen eingegangen, als veröffentlicht wurden, da einige Organisationen noch an der Ausarbeitung ihrer Beiträge arbeiten, die in die nächste Veröffentlichungsrunde aufgenommen werden können. Auch wenn aus dieser ersten veröffentlichten Reihe von Zusagen keine quantitativen Schlussfolgerungen gezogen werden sollten, so zeigt sie doch viele gute Beispiele auf, an denen sich die Interessengruppen bei ihren Maßnahmen und bei der Planung ihrer Verpflichtungen und Strategien orientieren können. Politik und **Governance sind die am stärksten vertretene Gruppe in den veröffentlichten Zusagen (32 % mit 60 Zusagen).** **Die am zweithäufigsten vertretene Gruppe steht im Zusammenhang mit dem grünen Übergang (24 % mit 45 Zusagen), gefolgt von der Dimension des digitalen Übergangs (16 % mit 29 Zusagen).**

Öffentliche Akteure auf allen Ebenen zeigen aktives Engagement, und insbesondere die Akteure auf regionaler Ebene haben mehrere konkrete Zusagen zur Unterstützung aller Schlüsselbereiche des Übergangs gemacht. Sie zeigen ein starkes Engagement und eine Führungsrolle bei der Entwicklung von Tourismusstrategien und kooperativer Governance sowie bei der Entwicklung und Nutzung strategischer Indikatoren zur Beobachtung der Auswirkungen des Tourismus und seiner Fortschritte beim grünen und digitalen Wandel. Sie zeigen konkrete Verpflichtungen zur Verbesserung der Digitalisierung des Tourismusangebots und zur Förderung nachhaltiger Mobilität durch die Verbesserung aktiver und sanfter Verkehrsoptionen für Einwohner und Besucher.

Die Akteure des Privatsektors zeigen ein starkes strategisches Engagement und ehrgeizige Ziele für die Nachhaltigkeit in Bezug auf Umweltziele und die Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinschaften. Sie gehen die Übergangsziele in ihren eigenen internen Abläufen an und ermutigen ihre Partner zu Fortschritten im Bereich der Nachhaltigkeit und der Digitalisierung, indem sie Zertifizierungen und Schulungen von KMU und deren Einsatz digitaler Werkzeuge unterstützen. Sie ergreifen konkrete Maßnahmen, um die Verbraucher über nachhaltige Optionen zu informieren und verantwortungsbewusste Touristen zu schulen.

Unternehmensverbände, Nichtregierungsorganisationen und Netzwerke leisten durch ihre Rolle als Multiplikatoren, Verbindungsglieder und Wissensdrehscheiben wichtige Unterstützung für alle Aktionsbereiche. Sie haben sich verpflichtet, Schulungen und Kompetenzentwicklung, den Austausch von Wissen und bewährten Verfahren über verschiedene Kanäle sowie die Organisation von Veranstaltungen zu unterstützen. Während die regionalen Akteure die Zusammenarbeit von Interessengruppen und den Wissensaustausch zwischen Akteuren im regionalen Kontext unterstützen, fördern NRO und Netzwerke Verbindungen zwischen Akteuren in ganz Europa mit gemeinsamen Interessen an bestimmten Tourismusarten oder bestimmten Schwerpunktthemen des Übergangs.

Insgesamt hat diese erste Runde der Sammlung, Verarbeitung und Veröffentlichung von Selbstverpflichtungen der Akteure auf unterschiedliche Weise nützliches Wissen geliefert. Die gemeinsame Umsetzung des Übergangspfads muss als dynamischer, anpassungsfähiger und kontinuierlicher Lernprozess betrachtet werden. Diese Runde hat gezeigt, wie die Unterstützung für die Stakeholder bei der Vorbereitung ihrer Selbstverpflichtungen verbessert werden kann, wie der Prozess der Einreichung und Überarbeitung der Selbstverpflichtungen gestaltet werden kann und wie interessant und wertvoll die Einreichungen konkret sein können. Alle Interessengruppen werden ermutigt, die veröffentlichten Selbstverpflichtungen zu studieren und sich inspirieren zu lassen, ihre Selbstverpflichtungen für die nächste Veröffentlichungsrunde zu gestalten und einzureichen.

Der Aufruf zum Engagement bleibt offen und lädt Tourismusakteure kontinuierlich dazu ein, sich der Gemeinschaft Together for EU Tourism (T4T) anzuschließen. Organisationen sind aufgefordert, bis September neue oder aktualisierte Vorschläge für Zusagen einzureichen, die in die nächste Veröffentlichungsrunde im Oktober aufgenommen werden sollen. Zu den nächsten wichtigen Maßnahmen für die Kommission und die T4T-Gemeinschaft gehören die Einrichtung einer informellen Expertengruppe der Kommission, die die Gemeinschaft anleiten und unterstützen soll, die Einrichtung einer Online-Plattform zur Unterstützung der Interessengruppen, die einen integrierten Zugang zu Unterstützungsressourcen bietet, und die wirksame Nutzung der eingegangenen Verpflichtungen als Beispiele für bewährte Verfahren und Führung

1

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

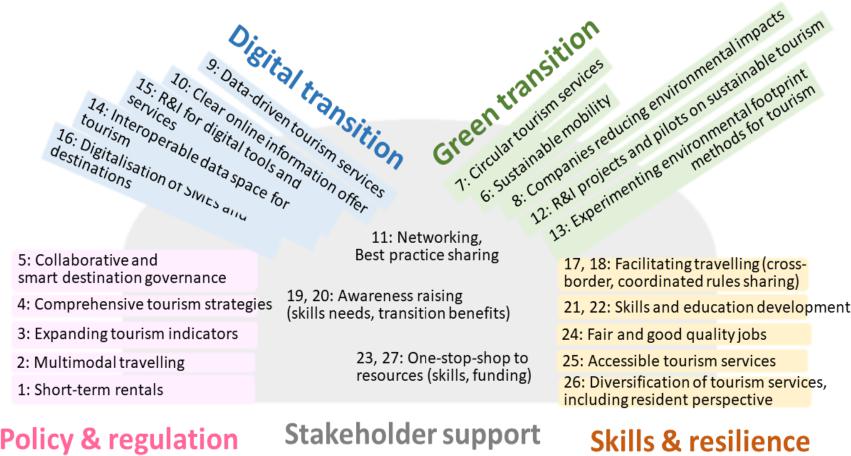
Summary of published commitments 28 June 2022

**EINLEITUNG**

Am 10. März 2020 nahm die Kommission eine neue Industriestrategie an. Ziel war es, der EU-Industrie dabei zu helfen, den grünen und digitalen Wandel anzuführen und die globale Wettbewerbsfähigkeit und offene strategische Autonomie der EU zu stärken.1 Angesichts der Erfahrungen mit der COVID-19-Pandemie wurde in der Aktualisierung der EU-Industriestrategie2 die Notwendigkeit hervorgehoben, den grünen und digitalen Wandel weiter zu beschleunigen und die Widerstandsfähigkeit der industriellen Ökosysteme der EU zu erhöhen. Um dies zu erreichen, schlug die Kommission vor, gemeinsam mit den Interessenvertretern Übergangswege zu entwickeln, um die Transformation der industriellen Ökosysteme zu unterstützen. Da das Tourismus-Ökosystem am stärksten von der Pandemie betroffen war und vor großen Herausforderungen steht, um den doppelten Übergang zu erreichen, war es das erste industrielle Ökosystem, in dem ein Mitgestaltungsprozess zur Entwicklung eines Übergangspfades eingeleitet wurde.

Der Prozess zur Mitgestaltung des Übergangspfads für den Tourismus wurde am 21. Juni 2021 mit der Veröffentlichung eines Arbeitsdokuments der Kommissionsdienststellen3 über mögliche Szenarien für den Übergang eingeleitet. Gleichzeitig veröffentlichte die Kommission eine gezielte Konsultation der Interessengruppen, um Kommentare und Beiträge zu sammeln. An der Online-Konsultation und den anschließenden 16 Workshops und Sitzungen mit Interessenvertretern waren über 260 Interessenvertreter beteiligt, die den Prozess mitgestalteten. Es wurden auch mehrere Treffen mit Experten aus den EU-Mitgliedstaaten, den EU-Institutionen, den politischen Dienststellen der Kommission und dem Industrieforum organisiert, um sicherzustellen, dass der Übergangspfad alle relevanten Belange und Verknüpfungen mit verschiedenen Politikbereichen abdeckt. Ziel war es, so offen und integrativ wie möglich zu sein und ein umfassendes Bild des Tourismus und seiner Verknüpfungen zu vermitteln, die für den doppelten Übergang und die Verbesserung der Widerstandsfähigkeit berücksichtigt werden müssen.

Der daraus resultierende Bericht über den politischen Übergangspfad4 fasst die wichtigsten Aspekte dieser Diskussionen zusammen und formuliert 70 konkrete Maßnahmen in 27 zentralen Themenbereichen. Abbildung 1 gibt einen Überblick über diese Themen in fünf Hauptgruppen: Politik und Regulierung, grüner Übergang, digitaler Übergang, Qualifikationen und Widerstandsfähigkeit sowie Unterstützung der Interessengruppen.



**Figure 1: Overview on Transition Pathway for Tourism action topics**

1 [European industrial strategy | European Commission (europa.eu)](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_en)

2 [COM(2021) 350 final](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2021:350:FIN)

3 [SWD (2021) 164 final](https://ec.europa.eu/docsroom/documents/45977)

4 [Available in 22 languages at EU Publications Office website](https://op.europa.eu/s/wpZx)

2

Introduction

***Ko-Implementierung als Folgemaßnahme der Ko-Kreation***

Der Co-Creation-Prozess mit den Stakeholdern hat gezeigt, wie wichtig es ist, zusammenzuarbeiten, um den grünen und digitalen Wandel zu unterstützen, sich von der Pandemie zu erholen und die langfristige Widerstandsfähigkeit und Nachhaltigkeit des Ökosystems zu erhöhen. Dies ist auch die einzige Möglichkeit, diese Arbeit in die Tat umzusetzen, indem die Miteigentümerschaft (in Form von Verpflichtungen und Zusagen) mit Strukturen und partizipativen Prozessen gefördert und unterstützt wird, die zu einer kontinuierlichen Unterstützung und regelmäßigen Bewertung der Übergangsmaßnahmen und -ziele führen.

Die Zuständigkeit der EU für den Tourismus liegt in der Erleichterung eines günstigen Umfelds und der Unterstützung des Austauschs bewährter Verfahren. Daher besteht die Hauptaufgabe der Kommission bei der gemeinsamen Umsetzung des Übergangspfads darin, es den Beteiligten zu erleichtern, Maßnahmen zu ergreifen, ihre Arbeit zu teilen, zusammenzuarbeiten und sich gegenseitig zu unterstützen.

Nach der Veröffentlichung des Übergangspfads im Februar 2022 wurden die Interessengruppen aufgefordert, sich in den Prozess einzubringen, indem sie darüber nachdachten, welche konkreten Maßnahmen sie ergreifen könnten und welche Ziele sie sich für ihre Maßnahmen setzen könnten, um die Ziele des Übergangspfads zu unterstützen. Sie wurden aufgefordert, ihre Verpflichtungen mit Hilfe eines Online-Formulars zur Erfassung von Verpflichtungen zu formulieren. Sie wurden aufgefordert, ihre Beiträge bis Ende Mai 2022 einzureichen, um an der ersten Bestandsaufnahme der Gemeinschaft "Gemeinsam für den EU-Tourismus" teilzunehmen und so ihre Führungsrolle und ihre bewährten Verfahren zu demonstrieren.

Konkrete Verpflichtungen für den Übergangspfad zu formulieren, zu sammeln und sichtbar zu machen, ist wichtig, denn:

* Sie belegen, dass sich die Akteure des touristischen Ökosystems den Zielen des Übergangspfads verpflichtet fühlen und konkrete Maßnahmen zu diesem Zweck ergreifen;
* Sie demonstrieren Führungsqualitäten, Innovationen und bewährte Praktiken für den Übergang im Tourismus, an denen sich Gleichgesinnte und Mitarbeiter orientieren können;
* Die gemeinsame Nutzung von Verpflichtungen unterstützt die Optimierung und Erleichterung von Synergien zwischen Interessengruppen, Mitgliedstaaten, Politikbereichen und Initiativen;
* Sie liefern unterstützende Informationen für die Bewertung des Fortschritts von Schlüsselaktivitäten beim Übergang zum Tourismus und für die mögliche Notwendigkeit, Prioritäten, Ziele und Unterstützungsmechanismen zu verfeinern.

***Flexibler und sich ständig erweiternder Co-Implementierungsprozess***

Der Übergangspfad für den Tourismus stellt Maßnahmen und Ziele zusammen, die von den Beteiligten weitgehend unterstützt werden, aber der Umsetzungsprozess muss berücksichtigen, dass jeder von ihnen unterschiedliche Rahmenbedingungen, Ausgangspunkte und vorrangige Anliegen hat. Dies wurde von den Stakeholdern während der Diskussionen zur Mitgestaltung deutlich hervorgehoben. Der geplante Ansatz für die Umsetzung des Übergangspfads erkennt daher an, dass es keine Einheitslösungen gibt und dass alle Akteure offen für kontinuierliche Innovation und Anpassung sein müssen.

Dieser Bericht stellt eine Synthese der am 28. Juni 20225 veröffentlichten Verpflichtungen dar, die auf den bis zu diesem Datum eingegangenen und ausgearbeiteten Beiträgen basiert. Diese erste Veröffentlichung umfasste 112 Organisationen und 186 konkrete Aktionszusagen. Es gingen jedoch noch weitere Eingaben und Vorschläge für Maßnahmen ein. Diese wurden noch nicht alle veröffentlicht, da die GD GROW weiterhin auf bilateraler Ebene mit den Interessengruppen zusammenarbeitet, um sie bei der Konkretisierung und Klärung ihrer Zusagen vor der Veröffentlichung zu unterstützen.

Ziel ist es, die eingegangenen und gut ausgearbeiteten Verpflichtungen dreimal pro Jahr zu veröffentlichen. Dies ermöglicht es den Akteuren, laufend neue Zusagen einzureichen oder ihre bestehenden Zusagen zu ändern, um sie klarer zu formulieren, durch neue Informationen zu ergänzen oder sich an veränderte Umstände anzupassen. Die Sammlung von Verpflichtungen ist, ähnlich wie die gesamte Co-Implementierung des Übergangspfads, ein langfristiger Prozess, bei dem neue Mitglieder eingeladen werden, sich anzuschließen, und bei dem regelmäßig eine Bestandsaufnahme der Fortschritte vorgenommen wird.

5<https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/tourism-transition-pathway/commitments_en>

3

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

Die Kommission wird die Stakeholder durch die Einrichtung einer informellen Expertengruppe der Kommission unterstützen, die Lenkungsarbeitsgruppen (als langfristige Task Forces) für die grünen, digitalen und resilienten Dimensionen des Übergangspfads bilden wird. Sie werden die Kommission dabei unterstützen, unterstützende Aktivitäten für die breitere Stakeholder-Gemeinschaft zu entwickeln, die Bedürfnisse der Stakeholder zu erkennen und die Fortschritte bei den Verpflichtungen und dem Übergangspfad insgesamt zu verfolgen. Diese Arbeit und die Stakeholder-Gemeinschaft werden durch eine Online-Plattform unterstützt, die einen integrierten Zugang zu allen relevanten Kenntnissen, Ressourcen, gemeinsamen Veranstaltungen und Möglichkeiten der Zusammenarbeit bieten soll.

***Zielsetzung dieses Berichts***

Mit diesem Synthesebericht werden drei Hauptziele verfolgt:

* - Es soll gezeigt werden, dass die Tourismusakteure den Übergang zum Tourismus konkret eingeleitet haben, und zwar mit mehreren wertvollen Beispielen für Führungsqualitäten und Maßnahmen, die andere Akteure als bewährte Verfahren studieren können;
* - Neue Akteure sollen ermutigt werden, sich der Gemeinschaft "Together for EU Tourism" (T4T) anzuschließen, indem sie konkrete Maßnahmen mit Zielvorgaben vorstellen, die zu den gemeinsamen Ambitionen beitragen;
* - Information über die nächsten Schritte zur Unterstützung der Verpflichtungen und der T4T-Gemeinschaft.

Nach dieser Einleitung fassen die beiden folgenden Abschnitte die Ergebnisse der ersten Runde der Sammlung von Verpflichtungen zusammen. Der erste Abschnitt gibt einen Überblick über die Organisationen, die Selbstverpflichtungen eingereicht haben. Im zweiten Abschnitt werden Lehren gezogen und Beispiele von Zusagen zu jeder Schlüsselgruppe von Maßnahmen des Übergangspfads vorgestellt. Im folgenden Abschnitt werden die wichtigsten Lehren und Botschaften für die Hauptakteure im Selbstverpflichtungsprozess gezogen. Der abschließende Abschnitt des Berichts stellt die nächsten Schritte vor. Anhang I enthält eine Liste der Themen des Übergangspfads zur Erinnerung für den Leser. Weitere Informationen zu diesen Themen, ihren Zielen, Akteuren und dem Kontext des Übergangsprozesses finden Sie in dem Bericht über die Politik des Übergangsprozesses.

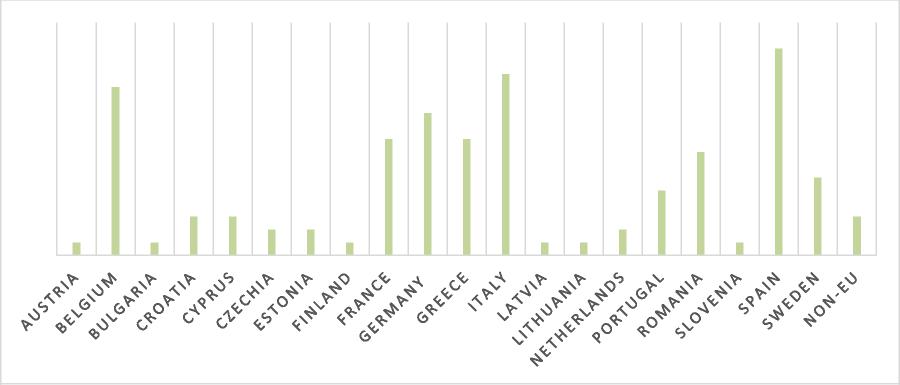
4

Engagement of organisations

**ENGAGEMENT DER ORGANISATIONEN   
*Überblick über die Organisationen***

Insgesamt umfassen die am 28. Juni veröffentlichten Listen 112 Organisationen aus 20 EU-Mitgliedstaaten, dem Vereinigten Königreich und der Schweiz. Abbildung 2 veranschaulicht die Verteilung dieser Organisationen und zeigt, dass die meisten aktiven Stakeholder-Organisationen in Spanien, Italien und Belgien zu finden sind. Bei den meisten belgischen Organisationen (9 von 13) handelt es sich um NRO, Wirtschaftsverbände oder Netzwerke mit Sitz in Belgien und Mitgliedern in mehreren EU-Mitgliedstaaten.

**Figure 2: Origins of organisations that have sent commitments**



1

13

1

3

3

2

2

1

9

11

9

14

1

1

2

5

8

1

16

6

3

Abbildung 3 zeigt, dass die veröffentlichte Liste der Organisationen mehrere Organisationstypen umfasst. Öffentliche Verwaltungen auf allen Ebenen zeigen aktives Engagement, insbesondere auf regionaler Ebene. Aber auch der private Sektor engagiert sich, sowohl durch große und kleine Unternehmen als auch durch Wirtschaftsverbände. Organisationen für das Management von Reisezielen engagieren sich bisher weniger als Behörden oder Unternehmen, was darauf hindeutet, dass es von Vorteil wäre, mehr auf sie zuzugehen. Insgesamt ist eine bessere Öffentlichkeitsarbeit für alle Arten von Organisationen erforderlich, aber diese erste Reihe von Veröffentlichungen zeigt einen vielversprechenden Anfang.

**Figure 3: Types of organisations that have sent commitments**

|  |  |
| --- | --- |
| Other Trade union National administration Regional administration Local administration Non-governmental organisation (NGO) Network of organisations International organisation Destination management/marketing... Consumer/tourist organisation Company with 250 or more employees SME (a company with less than 250 employees) Business association Academic / Research institution |  |

0 2 4 6 8 10 12 14 16 18

**5**

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

***Bearbeitung der Eingaben***

Die Stakeholder wurden aufgefordert, ihre Verpflichtungen mit konkreten Maßnahmen und Zielen einzureichen. Der Inhalt der Einsendungen zeigte jedoch, dass nicht immer allen Beteiligten klar war, wie eine "Maßnahme" oder ein "messbares Ziel" zu definieren ist. Daher wurde beschlossen, in dieser ersten Runde auch Organisationen mit allgemeinen Verpflichtungen zu veröffentlichen, die noch keine konkreten Maßnahmen und Ziele definiert haben. Die gemeinsame Umsetzung wird ein kontinuierlicher Prozess sein, der es diesen Akteuren ermöglicht, ihre Zusagen zu einem späteren Zeitpunkt auszuarbeiten und zu präzisieren. Viele Stakeholder konzentrierten sich auch auf einige Zusagen, die in dieser ersten Runde veröffentlicht werden sollen, und teilten bereits mit, dass sie an anderen weiterarbeiten werden, um sie in einer späteren Phase zu veröffentlichen.

In diesem Bericht werden die beiden Begriffe "Verpflichtung" und "Zusage" mit unterschiedlicher Bedeutung verwendet. Verpflichtung" bezieht sich auf die Erklärung einer Organisation, dass sie bereit ist, den Übergangspfad zu unterstützen. Der Begriff "Zusage" bezieht sich auf eine konkrete Maßnahme mit einem messbaren Ziel, die von der Organisation vorgelegt wurde. Ein Beitrag einer Organisation kann mehrere Zusagen enthalten oder in einigen Fällen auf der Ebene einer allgemeinen Verpflichtung bleiben (keine konkreten Maßnahmen mit Zielvorgaben).

Insgesamt wurden fast alle Organisationen kontaktiert, um kleinere oder größere Verbesserungen an ihren Zusagen zu erbitten. Das Ziel bestand nicht darin, alle Zusagen in einem streng einheitlichen Format zu präsentieren, sondern sicherzustellen, dass der Leser in jeder Zusage eine konkrete zukunftsorientierte Maßnahme, ein messbares Ziel und eine Verbindung zum Übergangspfad findet. Einige Organisationen hatten dies bereits in ihrer ersten Einreichung gut strukturiert und zum Ausdruck gebracht, während andere nach einer Kontaktaufnahme gute Verbesserungen vornahmen. Einige Organisationen haben jedoch bis zum Stichtag der Veröffentlichung nicht reagiert oder die Zusagen nicht ausreichend in Richtung der empfohlenen Richtungen geändert, so dass einige Vorschläge nicht in diese erste Reihe von veröffentlichten Zusagen aufgenommen wurden.

Alle Organisationen hatten volle Freiheit, ihre eigenen Maßnahmen und Ziele festzulegen, solange diese konkret und zukunftsorientiert waren. Sie sind auch selbst dafür verantwortlich, die Maßnahmen und Ziele zu verfolgen. Die Beteiligten brachten jedoch zum Ausdruck, dass in vielen Organisationen das öffentliche Engagement auf mehreren Ebenen diskutiert werden muss und dass es schwierig sein kann, konkrete Ziele öffentlich zu formulieren, wenn sie nicht in den bestehenden Organisationsstrategien enthalten sind. Dadurch verzögert sich der Prozess der Formulierung oder Änderung der Zusagen und deren Weitergabe an die Gemeinschaft.

Typische Gründe für die Kontaktaufnahme mit den Organisationen und die Empfehlung, ihre Zusagen zu verfeinern, betrafen folgende Punkte:

* Die vorgeschlagene Zusage beschrieb, was die Organisation in der Vergangenheit getan hatte, ohne eine Verpflichtung für eine künftige Aktion einzugehen;
* Die vorgeschlagene Zusage bestand aus einer langen Beschreibung des Problems und des Arbeitskontextes, anstatt sich auf konkrete Maßnahmen und Ziele zu konzentrieren;
* Die vorgeschlagene Zusage beschrieb ein Instrument oder ein kurzfristiges Projekt anstelle einer Aktion und eines Engagements einer Organisation zur Unterstützung des Übergangs auf lange Sicht;
* Die vorgeschlagene Zusage beschrieb Merkmale, Aktivitäten und den Kontext der Organisation und ihre Bereitschaft, sich am Übergang zu beteiligen, ohne konkrete geplante Aktionen und Ziele;
* Die vorgeschlagene Zusage beschrieb Maßnahmen von Mitgliedern oder ein gemeinsames Ziel einer Zusammenarbeit von Organisationen, ohne eine konkrete Maßnahme und ein Ziel für die einreichende Organisation zu beschreiben;
* Die Zusage war nicht mit dem am besten geeigneten Thema für den Übergangspfad verknüpft, oder derselbe Text wurde für mehrere Zusagen in ein und demselben Beitrag wiederholt.
* Auch wenn sie in dieser ersten Runde nicht als Zusagen veröffentlicht wurden, waren viele dieser Beiträge als solche wertvoll, da sie das vorhandene Wissen, die aktiven Akteure und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit beschrieben.

6

Engagement of organisations

Sie haben gezeigt, dass ein echter Bedarf und ein echtes Interesse am Informationsaustausch zwischen den Akteuren besteht und dass sie daran interessiert sind, Zugang zu relevanten Kooperationsmöglichkeiten zu erhalten, diese zu schaffen und sich daran zu beteiligen.

Einige der derzeit veröffentlichten Pledges könnten noch von einer besseren Fokussierung, einer Klärung des Ziels oder einer Überarbeitung des Hauptthemas, mit dem die Pledges verknüpft sind, profitieren. Bei den veröffentlichten Pledges handelt es sich um Texte, die von den Stakeholdern ohne Zwischenredaktion eingereicht wurden, so dass die Qualität der Sprache, der Formulierungen und des Korrekturlesens variiert. Dennoch hilft der Austausch allen, einen Schritt weiter zu gehen, zu sehen, was bereits geschieht, zu überlegen, wie diese Beispiele auf die eigene Situation zutreffen könnten und wie man Aktionspläne in einer klaren und messbaren Weise für sich selbst und für andere weitergeben kann.

Der Prozess hat auch gezeigt, dass es nicht immer klar ist, wie man ein gutes Versprechen am besten mit einem einzigen Thema des Übergangspfads verbindet. Einige der Zusagen tragen zu mehreren Themen des Übergangspfads gleichzeitig bei. Es könnte sinnvoller sein, die Links zu den Themen des Übergangspfads eher als Suchinstrumente ("Tags") zu betrachten als Mittel zur Kategorisierung der Zusagen in separate Gruppen. Dies würde eine Anpassung der Formulierung der Aufforderung zur Einreichung von Verpflichtungen sowie der Art und Weise erfordern, wie die Zusagen für die Interessengruppen veröffentlicht werden, und wird als mögliche Weiterentwicklung des Prozesses in Betracht gezogen.

***Verknüpfung mit anderen organisatorischen Verpflichtungen***

Einige Organisationen äußerten sich unsicher über die Einreichung von Zusagen für den Übergangspfad für den Tourismus, da sie sich bereits zu anderen kollektiven Maßnahmen verpflichtet hatten, wie z. B. der Erklärung von Glasgow6, dem One Planet Network7, Destination 20508 oder dem Pakt für Qualifikationen im Tourismus9. Die GD GROW versuchte in den Kommunikationsaktivitäten klarzustellen, dass der Übergangspfad darauf abzielt, den gesamten Übergang des Sektors zu unterstützen, indem er mehrere Aktionsbereiche kombiniert. Die Maßnahmen und Ziele des Übergangspfads sind auf andere laufende Initiativen abgestimmt, und beispielsweise sind die Fortschritte im Pakt für Kompetenzen mit einigen seiner Schlüsselindikatoren Teil des Übergangspfads.

Die künftigen Kommunikationsbemühungen müssen das integrative Ziel des Übergangspfads noch deutlicher beschreiben. Organisationen können über ihr bestehendes Engagement informieren, das auch mit anderen Initiativen verknüpft ist, sofern sie messbare Ziele auf Organisationsebene haben. Viele der kollektiven Maßnahmen haben gemeinsame Ziele, und es wird erwartet, dass jede Organisation mit ihren individuellen Maßnahmen zu diesen Zielen beiträgt. Durch die Verpflichtungen im Rahmen des Übergangspfads können die Organisationen ihre individuellen Maßnahmen zum Ausdruck bringen, fördern und Unterstützung erhalten, die gleichzeitig sowohl zum Übergang des EU-Tourismus als auch zu möglichen anderen kollektiven Maßnahmen in bestimmten Bereichen beitragen.

In vielen Fällen bemühten sich die Organisationen, das Engagement für sich selbst zu definieren, anstatt die Verpflichtungen ihrer Mitglieder oder das gemeinsame Engagement von Kooperationsprojekten oder Netzwerken zu beschreiben. Dies scheint ein bewusstes Nachdenken darüber zu erfordern, wie die Eigenverantwortung für Aktivitäten und Ziele sowie die Rollen der verschiedenen Arten von Organisationen zu betrachten sind. Diese Organisationen könnten von einem Brainstorming und Diskussionen mit Gleichgesinnten und Sachbearbeitern der GD GROW profitieren, wenn sie ihre Zusagen vorbereiten und die Art und Weise, wie sie diese präsentieren, gestalten.

***Fortschritte beim Engagement der Organisationen***

Die Beobachtung der Eingänge neuer und geänderter Beiträge zeigt, dass es eine anfängliche Periode aktiven Engagements mit neuen Beiträgen gab, die sich dann verlangsamte, bis sie kurz vor dem Stichtag 31. Mai sehr hoch wurde und mit 21 neuen Beiträgen an einem Tag ihren Höhepunkt erreichte. Im April und Mai wurden relativ gleichmäßig Änderungen vorgenommen, bis nach dem Stichtag die letzten Änderungen für die Zusagen angefordert wurden, die in die erste Gruppe der veröffentlichten Zusagen aufgenommen werden sollten.

Einige Aktivitätsspitzen sind nach Veranstaltungen zu verzeichnen, in denen der Übergangspfad und der Prozess der Sammlung von Verpflichtungen vorgestellt wurden, und insbesondere nach der Informationsveranstaltung mit praktischen Ratschlägen am 20. Mai.

**6** [**HOME | Glasgow Food and Climate Declaration (glasgowdeclaration.org)**](https://www.glasgowdeclaration.org/)

**7** [**Home | One Planet network**](https://www.oneplanetnetwork.org/)

**8** [**Home (destination2050.eu)**](https://www.destination2050.eu/)

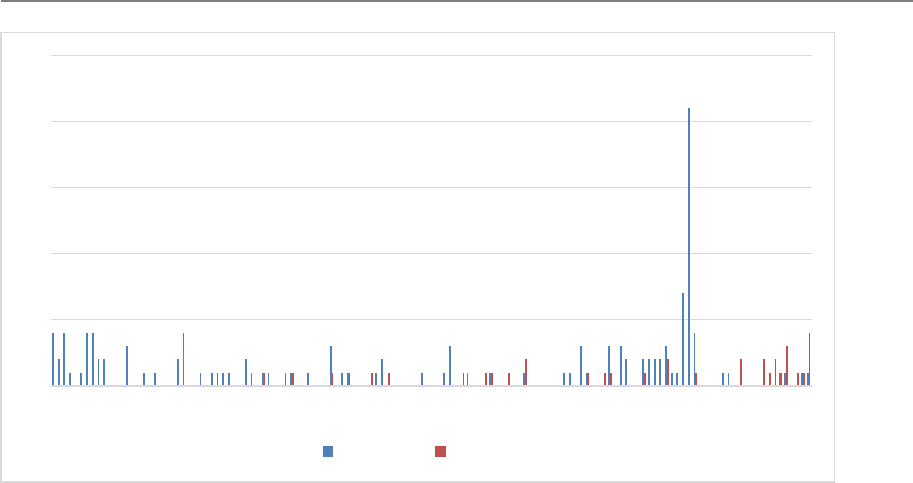
**9** [**https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=25214&langId=en**](https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=25214&langId=en)

**7**

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

Insgesamt sind mehr Outreach-Maßnahmen erforderlich. Obwohl diese erste Reihe von Verpflichtungen einen vielversprechenden Anfang darstellt, ist noch viel mehr nötig, um die Akteure in allen Bereichen des touristischen Ökosystems, in allen EU-Ländern und auf allen Ebenen des Tourismusbetriebs und -managements einzubeziehen. Die Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit sollte eine gemeinsame Aufgabe für die gesamte Gemeinschaft von Together for EU Tourism sein..



25

8-02-2022 8-03-2022 8-04-2022 8-05-2022 8-06-2022

Submitted Modified

20

15

10

5

0

8

**Abbildung 4: Veröffentlichte Zusagen nach Anzahl der Themen des Übergangspfads**

Wie aus Abbildung 6 hervorgeht, ist Politik und Governance die an der stärksten vertretene Gruppe bei den veröffentlichten Zusagen (32 % mit 60 Zusagen). Die am zweithäufigsten vertretene Gruppe ist die grüne Übergangsdimension (24 % mit 45 Zusagen). Diese Zahlen verdeutlichen, dass ein großer Teil der Beiträge zu diesen Themen eingereicht wurde. Sie deuten aber auch darauf hin, dass in diesen Bereichen die Überlegungen der Stakeholder bereits weiter fortgeschritten sind und es daher einfacher sein kann, konkrete Maßnahmen mit messbaren Zielen zu entwickeln und zu veröffentlichen als in anderen Bereichen.

In den folgenden Abschnitten werden weitere Informationen und Beispiele für Zusagen in diesen Bereichen gegeben.

Übersetzt mit www.DeepL.com/Translator (kostenlose Version).

Digital transition

**ZUSAMMENFASSUNG DER ZUSAGEN**

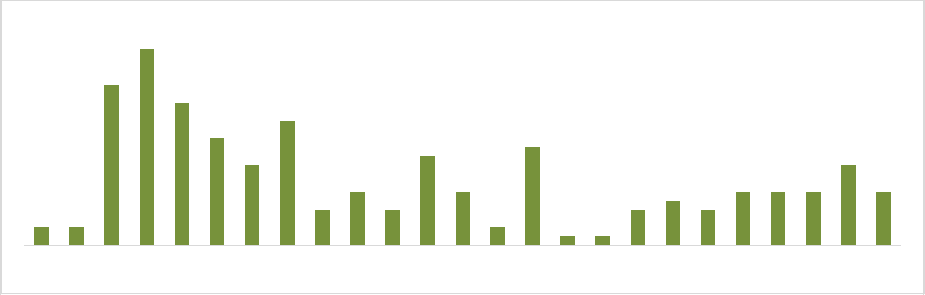
Wie oben beschrieben, repräsentieren die veröffentlichten Zusagen nicht alle eingegangenen Beiträge, da viele von ihnen von den einreichenden Organisationen noch weiter ausgearbeitet und präzisiert werden. Daher sollte allein auf der Grundlage der veröffentlichten Zusagen keine abschließende oder statistische Analyse darüber gemacht werden, wie viel und welche Zusagen Organisationen gemacht haben oder aus welchen Ländern die Zusagen stammen. Die veröffentlichten Zusagen können jedoch in beschreibender Weise als Hinweise und Beispiele für eine führende Rolle in diesen Bereichen untersucht werden.

**Überblick über die Zusagen**

Insgesamt gibt es 186 veröffentlichte Zusagen, die fast alle Themen des Übergangspfads abdecken. Nur zu den Themen 13 (Erprobung von Methoden zur Ermittlung des ökologischen Fußabdrucks) und 24 (Fairness und Gleichberechtigung bei Arbeitsplätzen im Tourismus) gibt es derzeit keine veröffentlichten Zusagen. Zu diesen Themen wurden auch mehrere Vorschläge für Maßnahmen eingereicht, deren Inhalt und messbare Ziele jedoch noch in Bearbeitung sind.

Das am häufigsten veröffentlichte Bekenntnis bezieht sich auf Thema 4, die Entwicklung von Tourismusstrategien, die wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit berücksichtigen. Dies ist ein klarer und nützlicher Ausgangspunkt für Organisationen, die sich in der Übergangsphase befinden, und viele von ihnen geben an, bereits vor kurzem solche Strategien veröffentlicht zu haben, wobei sich die wichtigste Maßnahme nun darauf konzentriert, ihre Umsetzung sicherzustellen und darüber zu berichten. Die Ausarbeitung einer umfassenden Strategie für den Tourismus war auch ein konkretes Beispiel für ein Versprechen, das in den Mitteilungen über die Sammlung von Verpflichtungen für den Übergangspfad verwendet wurde, was sich möglicherweise auf seine Position als das am häufigsten veröffentlichte Versprechen ausgewirkt hat.

**Übersetzt mit www.DeepL.com/Translator (kostenlose Version)**



18

12

11

10

6 6

9

9

6 6 6

4 5 4

6

4

4

2

1 1

2 2

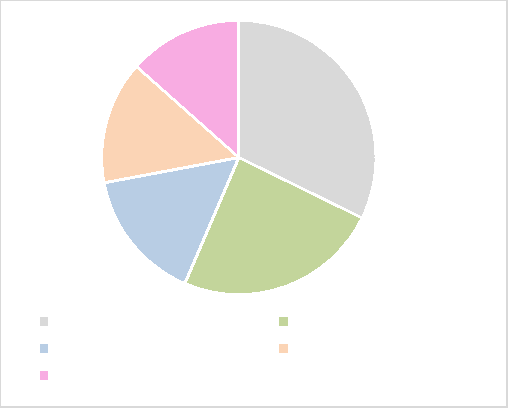
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 25 26 27

22

16

14

**Figure 5: Distribution of published pledges in key groups of actions (cf. Figure 1)**



Policy and governance Green transition

Digital transition Skills and resilience Stakeholder support

27; 15%

29; 16%

25; 13%

45; 24%

60; 32%

**9**

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

***Politik und Verwaltung:***

Insgesamt wurden 60 Zusagen zu dieser Gruppe veröffentlicht, die sich aus folgenden Themen zusammensetzt:

* Thema 1: Faire Maßnahmen für Kurzzeitmieten (STR)
* Thema 2: Regulatorische Unterstützung für verbessertes multimodales Reisen
* Thema 3: Verbesserung der Statistiken und Indikatoren für den Tourismus
* Thema 4: Entwicklung oder Aktualisierung umfassender Tourismusstrategien
* Thema 5: Kooperative lokale Verwaltung von Reisezielen

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 25 |  |  |  |
|  |  |  |
| 20 15 10 5  0 |  | |  |
| Topic 1 Topic 2 Topic 3 Topic 4 Topic 5 |  |  |

**Abbildung 6: Veröffentlichte Zusagen in Bezug auf Politik und Governance**

Wie aus Abbildung 7 hervorgeht und oben erörtert wurde, bezieht sich die häufigste Zusage auf die Entwicklung von Tourismusstrategien. In vielen Fällen bezogen sich die Verpflichtungen auch auf die systematische Weiterverfolgung bereits bestehender Strategien.

Da die Politik- und Governance-Aspekte von Organisationen des öffentlichen Sektors und des Destinationsmanagements entwickelt und koordiniert werden, ist es nicht überraschend, dass die überwältigende Mehrheit der Beiträge von diesen Organisationen stammt, wie in Abbildung 8 dargestellt. Allerdings bekunden auch andere Akteure ihre Unterstützung, um zur Entwicklung politischer und rechtlicher Initiativen beizutragen, Messungen für den Tourismus zu entwickeln und sich an den Mechanismen der kooperativen Tourismussteuerung zu beteiligen.

**Abbildung 7: Veröffentlichte Zusagen zu Politik und Governance nach Art der Organisation**

Eine wichtige Erkenntnis in Bezug auf diese Themengruppe ist, dass gut strukturierte umfassende Strategien Elemente für konkrete Zusagen in mehreren Bereichen enthalten, wie beispielsweise die Beiträge von Visit Flanders und Bordeaux Tourism & Conventions zeigen. Sie haben hervorragende spezifische Zusagen für jede Themengruppe, und der Leser ist herzlich eingeladen, alle ihre Zusagen auf der Online-Seite über veröffentlichte Verpflichtungen10 zu studieren. Einige Beobachtungen zu den Zusagen in diesem Bereich umfassen:

* -Während die gesetzgeberischen Maßnahmen für die Kurzzeitvermietung und die Förderung der multimodalen Mobilität noch nicht abgeschlossen sind, unterstützen die Akteure diese Ziele bereits in ihren Maßnahmen (Deutscher Ferienhausverband, CNA, Ile-de-France).

10<https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/tourism-transition-pathway/commitments_en>

10

|  |  |
| --- | --- |
| Other National administration Regional administration Local administration Non-governmental organisation (NGO) Network of organisations Destination management/marketing... Consumer/tourist organisation Company with 250 or more employees SME (a company with less than 250... Business association |  |
|  |

0 2 4 6 8 10 12 14 16

Policy and governance

* Eine umfassende Strategie für den Tourismus kann wirksam unterstützt werden, indem sie ystematisch mit einschlägigen Datenerhebungen und Follow-up-Instrumenten verknüpft wird, um ihre Umsetzung zu verfolgen (Visit Flanders).
* Verschiedene Organisationen entwickeln Plattformen und richten Beobachtungsstellen ein, um Tourismusindikatoren zu sammeln und zugänglich zu machen (Katalanisches Fremdenverkehrsamt, Stadt Zagreb, Consiliul Județean Maramureș, ISTO, Eurac research, CPMR, Castilla La Mancha, Ile-de-France, Region Navarra) - eine Erleichterung der Interaktion zwischen ihnen könnte ihre Synergien verbessern und ihre Bemühungen optimieren.
* Sowohl die DMOs als auch die offiziellen statistischen Ämter arbeiten an der Entwicklung neuer Indikatoren für wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte des Tourismus (Statistisches Amt der Republik Slowenien, Portugiesisches Institut für Sport und Jugend, Region Andalusien, NECSTouR), einschließlich der Erkundung neuer Arten von Datenquellen (Tourism in Skåne AB) und Überwachungssystemen für Reiseziele (CIPRA International, Region Attika) - eine Erleichterung der Zusammenarbeit zwischen ihnen könnte die Vergleichbarkeit auf europäischer Ebene verbessern.
* In den Zusagen werden mehrere kürzlich umgesetzte Tourismusstrategien beschrieben (Visit Tallinn, Bordeaux tourism & conventions, Katalanisches Fremdenverkehrsamt, Visit Flanders, Estnisches Ministerium für Wirtschaft und Kommunikation, Schwedisches Ministerium für Unternehmen und Innovation, Ile-de-France), während andere die laufende Arbeit an der Strategieentwicklung zum Ausdruck bringen (Consiliul Județean Maramureș, Gemeinde Kavala, Stadt Zagreb, Portugiesisches Institut für Sport und Jugend). Ein effektiver Austausch bestehender Strategien könnte denjenigen, die mit ihren eigenen Strategien arbeiten, helfen, indem sie Beispiele für relevante, umsetzbare und innovative Maßnahmen liefern.
* Pledges zeigen, dass Nichtregierungsorganisationen und öffentliche Interessengruppen durch Wissensaustausch eine unterstützende Rolle bei der Entwicklung von Tourismusstrategien und Governance spielen können (EGWA, NECSTouR, Eurac research, AViTeM, CPMR), und Unternehmen können zu strategischen Zielen beitragen, indem sie eine Vereinbarung über Verpflichtungen und Grundsätze aufstellen, die von ihren Mitarbeitern und Partnern zu unterzeichnen ist (Costa Group).
* Die kooperative Steuerung von Reisezielen kann wirksam mit der Strategieentwicklung und dem Follow-up verknüpft werden (Bordeaux Tourism & Conventions - siehe Kasten, VisitScotland), und mehrere Akteure zeigen mit ihren Zusagen konkretes Engagement für die Entwicklung dieses Aspekts auf regionaler Ebene (Ile-de-France, Castilla-la-Mancha, Regione Toscana, katalanisches Fremdenverkehrsamt.
* - Die Unterstützung des Wandels im Tourismus kann auch von einer Überarbeitung der Organisationsstrukturen des Tourismusmanagements profitieren, wie die Zusage aus Estland zeigt (Estnisches Ministerium für Wirtschaft und Kommunikation - siehe Kasten).

**Beispielbox 1: Bordeaux Tourismus & Kongresse**

'Together, building a recognised responsible Tourismusdestination "1 ist der neue Fahrplan für Tourismus und Events in Bordeaux. Nach zehnmonatigen partizipativen Konsultationen, bei denen alle Akteure des Gebiets ihre Ideen für den Tourismus und die Veranstaltungen von morgen ausgetauscht haben, hat Bordeaux Metropole seinen Fahrplan bis 2026 entwickelt... Der Fahrplan ist unter folgendem Link verfügbar: <https://fr.calameo.com/read/005365752988738931087>

... Auszug aus einem längeren Versprechen ...

Das Ziel dieses neuen offenen Governance-Prozesses ist es, unsere Gemeinschaft zu befähigen, die Zukunft des Tourismus in unserer Stadt zu bestimmen. Dazu ist es für uns wichtig, dass sie auch über alle notwendigen Informationen darüber verfügen, wie unsere Branche funktioniert. Auf agora-tourism-bordeaux.com werden die wichtigsten Zahlen zum Tourismus regelmäßig und mit voller Transparenz aktualisiert. Wir veröffentlichen auch die Umfragen, die wir regelmäßig unter unseren Einwohnern und Besuchern durchführen. Diese Website wird ständig aktualisiert und weiterentwickelt. Unser Ziel ist es, bei unseren Umfragen zum Stimmungsindex der Einwohner (alle zwei Jahre, die nächste findet 2023 statt) eine Befürwortung der touristischen Aktivitäten durch die Einwohner zu erreichen, die dem europäischen Mittelwert entspricht oder ihn übertrifft.

11

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

**Example box 3: Visit Flanders**

... Auszug aus dem Versprechen ...

Ziel KOMMUNIKATION: Unternehmer, Besucher und Einwohner haben Zugang zu transparenten und eindeutigen Informationen über die Nachhaltigkeitsbemühungen von Visit Flanders, über die das Unternehmen jedes Jahr berichtet.

Maßnahmen zur Datenerhebung:

2.3.6 Die Nachhaltigkeitsleistung wird überwacht und entweder jährlich oder, wenn möglich, permanent an die Branche, die Einwohner und unsere Besucher kommuniziert. Diese Indikatoren sind unter anderem:

EXTERN:

- Nutzung des Energie- und Wasserangebots

- Abfallverbrauch unseres Tourismusangebots

- Die Anzahl der Green Key und Blue Flag Zertifizierungen

- Die Anzahl der Zertifizierungen für Barrierefreiheit in flämischen Unterkünften und Kongresszentren

- Unser Travelsat-Score für Gastfreundschaft, Zufriedenheit mit öffentlichen Verkehrsmitteln

- Der Anteil der Besucher, die mit der Bahn und dem Auto anreisen

- Zufriedenheit mit den von uns angebotenen Informationen zur Nachhaltigkeit

- Einige der Ergebnisse unseres Destinationsbarometers und der Einwohnerumfrage (siehe Links unten)

- Die Treibhausgasemissionen, die durch unsere ausländischen Besucher und Unterkünfte entstehen

INTERNE ABLÄUFE

- Verbrauch von Energie und Wasser

- Produktion von Abfällen

- Anteil an erneuerbaren Materialien, die für Ausstellungen, Goodie Bags... verwendet werden

Unsere halbjährliche Einwohnerbefragung:<http://toerism-vlaanderen.s3-website-eu-west-1.amazonaws.com/nl>

Our destination barometer:<https://toerismevlaanderen.be/nl/cijfers-en-onderzoek/toeristische-barometers/bestemmingsbarometer>

**Example box 2: Estonian Ministry of Economic Affairs and Communication**

In Estland wird zurzeit eine neue Struktur des regionalen DMO-Netzes geschaffen. Die allgemeinen Ziele des DMO-Umstrukturierungsprogramms bestehen darin, dass zahlreiche kleine Tourismusorganisationen zu weniger strategisch geführten Entwicklungsorganisationen für estnische Reiseziele konsolidiert werden und dass es eine effektive Zusammenarbeit zwischen den Parteien im estnischen Tourismussektor gibt. Insgesamt werden für die Jahre 2022-2025 fast 8 Millionen Euro an staatlichen Mitteln für die Entwicklung der DMOs bereitgestellt.

Die erwarteten Ergebnisse des Programms sind:

- Die Zufriedenheit der Besucher mit der Qualität der touristischen Dienstleistungen in der Region ist gestiegen.

- Die Zufriedenheit der Besucher mit der Verfügbarkeit von Informationen im Internet ist gestiegen.

- Es gibt eine optimale Anzahl von DMOs in Estland (5-8), die eine optimale Größe haben (400-600 Unternehmen pro DMO)

- Das regionale Tourismus-Kooperationsnetzwerk ist mit den DMO-Betriebsmodellen zufrieden

- Hinzufügen von nachhaltigen Tourismusunternehmen

- Anzahl der Produkte, die auf dem Netzwerk basieren und den Botschaften der

estnischen Marke im Bereich des Tourismus ist gestiegen

- Die von der DMO organisierten Entwicklungsaktivitäten für die Dienstleistungsanbieter in der Region sind nützlich

- Das estnische Fremdenverkehrsamt ist mit der Zusammenarbeit mit den DMOs zufrieden

12

Policy and governance

***Grüner Wandel***

Insgesamt wurden 45 Zusagen zu dieser Gruppe veröffentlicht, die sich aus folgenden Bereichen zusammensetzen:

- Thema 6: Nachhaltige Mobilität

- Thema 7: Kreislaufwirtschaft im Gastgewerbe

- Thema 8: Umweltfreundliche Umstellung von Tourismusunternehmen und KMU

- Thema 12: F&I und Pilotprojekte zum Thema Kreislaufwirtschaft und klimafreundlicher Tourismus

- Thema 13: Aneignung der PEF- und OEF-Methodik und Entwicklung von Unterstützungsinstrumenten für das touristische Ökosystem

15

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10 |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 5  0 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Topic 6 Topic 7 Topic 8 Topic 12

**Figure 8: Published pledges relating to green transition**

Die veröffentlichten Zusagen in diesem Bereich sind recht gleichmäßig auf die Themen verteilt, wie in Abbildung 8 dargestellt. Thema 8 zur Unterstützung von Unternehmen beim grünen Wandel wird etwas häufiger angesprochen als andere, und es ist ein Schlüsselthema, da Kleinstunternehmen und KMU 99 % der Akteure des touristischen Ökosystems ausmachen. Zu Thema 13, den Methoden zur Ermittlung des ökologischen Fußabdrucks, gibt es keine veröffentlichten Zusagen. Dies könnte ein Bereich sein, in dem die Kommission spezifische Unterstützung und Koordinierung benötigt, um die Zusammenarbeit der Interessengruppen bei der Erforschung der Nützlichkeit von Methoden des ökologischen Fußabdrucks zur Rechtfertigung umweltfreundlicher Behauptungen und zur Verringerung der Vielfalt von Labels für Tourismusprodukte und -dienstleistungen zu initiieren.

Wie in Abbildung 10 dargestellt, stammen diese Zusagen häufig von öffentlichen Verwaltungen und Reiseziel-Management-Organisationen, aber auch große Unternehmen haben mehrere konkrete Zusagen zur Unterstützung des grünen Übergangs gemacht. Nur wenige Zusagen wurden von KMU veröffentlicht, was mehr Aufmerksamkeit für ihre Unterstützung und mehr konkrete praktische Beispiele erfordert, denen sie folgen können, und unterstreicht, wie wichtig es ist, mehr Zusagen zu Thema 8 zu machen.

**Figure 9: Published pledges on green transition by type of organisation**

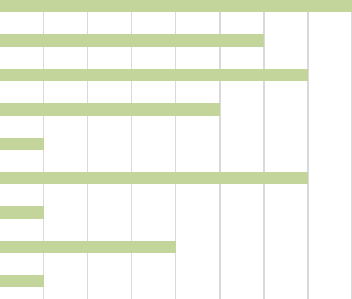
Die Interessenvertreter haben zum Ausdruck gebracht und Zusagen zeigen, dass viele Tourismusakteure an der Entwicklung eines konkreten Klima-Aktionsplans arbeiten, als Folgemaßnahme zur Unterzeichnung der Erklärung von Glasgow zum Klimaschutz (Katalanischer Tourismusverband, NECSTouR). Sobald diese Aktionspläne fertiggestellt sind, sollten sie konkrete Einzelmaßnahmen mit Zielvorgaben für die Organisationen enthalten, die zum umweltfreundlichen Wandel im Tourismus beitragen, und könnten nützliche Beispiele für Führungsstärke und Inspiration für die Interessengruppen sein. Aus den derzeit veröffentlichten Zusagen lassen sich folgende Beobachtungen ableiten:

* Aktive Mobilitätsoptionen wurden häufig als Schlüsselmaßnahme für eine nachhaltige Mobilität sowohl für Einwohner als auch für Besucher genannt, was von mehreren Akteuren auf regionaler und lokaler Ebene (Stadt Zagreb, EGWA, Europäischer Radfahrerverband, Pays de la Loire, Ile-de-France, Region Attika) bestätigt wurde.
* ed as a key measure to address sustainable mobility both for residents and visitors, shown by several actors on regional and local levels (City of Zagreb, EGWA, European Cyclists’ Federation, Pays de la Loire, Ile-de-France, Region of Attica).

13

|  |  |
| --- | --- |
| Other |  |

National administration Regional administration Local administration Non-governmental organisation (NGO) Destination management/marketing... Consumer/tourist organisation Company with 250 or more employees SME (a company with less than 250... Business association Academic / Research institution



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

* Die Zusagen zeigen Verbindungen zu Forschung und Entwicklung, indem sie verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse für umweltfreundlichere Tourismuspraktiken nutzen (AViTeM), wissenschaftlich fundierte Ziele für die Nachhaltigkeitsstrategie setzen (Booking.com), innovative Anwendungen und Ansätze erproben (Azoren DMO, TUI AG) und Mittel für Forschung und Entwicklung im Bereich des nachhaltigen Tourismus bereitstellen (Pays de la Loire, estnisches Ministerium für Wirtschaft und Kommunikation).
* Die Bemühungen um einen Übergangspfad für den Tourismus sind mit der EU-Mission für klimaneutrale und intelligente Städte11 (Stadt Zagreb) verknüpft und weisen Synergien auf.
* Bei der Arbeit an einem breiten Spektrum von Aktivitäten und Akteuren kann ein konkretes Versprechen die Erprobung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen in einem Teil des Betriebs betreffen und dann die erfolgreichen Praktiken auf andere Teile ausweiten (TUI AG - siehe Kasten).
* Das Engagement großer Unternehmen kann in mehrfacher Hinsicht eine Schlüsselrolle für die Nachhaltigkeit spielen: in ihren eigenen internen Abläufen, bei der Unterstützung ihrer Partner auf dem Weg zu nachhaltigeren Praktiken und durch die Befähigung der Verbraucher, informierte nachhaltige Entscheidungen zu treffen (Booking.com, TUI AG, FairAway Travel).
* DMOs und lokale Verwaltungen engagieren sich für Nachhaltigkeit, indem sie Ziele setzen und lokale KMU bei der Erlangung von Umweltzertifizierungen unterstützen (Visit Tallinn, Bordeaux Tourism & Conventions, Nice Cote d'Azur, Stadt Zagreb, unterstützt von NROs (ECOTRANS).
* Die Zusagen zeigen auch Verbindungen zu den internationalen Bemühungen und SDGs mit der Perspektive des Tourismus (ECOTRANS, Bordeaux Tourism & Conventions, NECSTouR, Azoren DMO).
* Die wichtigsten Elemente der Unterstützung von Wirtschaftsverbänden und NRO für den grünen Übergang betreffen die Organisation von Veranstaltungen zum Austausch bewährter Praktiken und Schulungen (CAN, EBI, Handelskammer Turin, ECOTRANS), die Vorbereitung von Projektkooperationen und -vorschlägen (Eurac research, AViTeM) und die Unterstützung der Verbreitung und Nutzung von F&I-Ergebnissen (NECSTouR, EGWA).

**Example box 4: Pays de la Loire region**

Die Region organisiert den öffentlichen Verkehr und ist heute führend in der Intermodalität (Zug, Bus, Schiff, Fahrrad). In ihrem Fahrplan für die Energiewende hat sie die Ökomobilität in ihr starkes Engagement aufgenommen. Ziel ist es, das Verkehrsangebot und die sanfte Mobilität für Touristen zu verbessern, den Reisenden neue Erfahrungen zu bieten (z. B.: ohne mein Auto, mit dem Boot) und die Touristenströme in der Region besser zu verteilen. Bis 2028 werden zahlreiche Maßnahmen ergriffen: Entwicklung intermodaler Lösungen, Erprobung von Lösungen, um ein Ziel innerhalb eines Kilometers zu erreichen, attraktive Preispolitik, Vereinfachung des Online-Verkaufs usw. Der Radtourismus ist in den Pays de la Loire ein zentrales Thema, und es ist notwendig, die Kontinuität des Radverkehrs, vom Radtourismus bis zum Alltagsradeln, stärker zu fördern. Bis 2025 wird das Pays de la Loire das führende französische Reiseziel für den Radtourismus sein. Bis 2030 sind 100 % unserer Reiseziele mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln (sanfte oder kollektive Mobilität) erreichbar und 0 % unserer Reiseziele sind ausschließlich mit dem (individuellen) Auto erreichbar.

11 [EU Mission: Climate-Neutral and Smart Cities | European Commission (europa.eu)](https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe/eu-missions-horizon-europe/climate-neutral-and-smart-cities_en)

14

Policy and governance

**Example box 5: TUI AG**

* TUI wird weiterhin geschlossene Kreislaufsysteme implementieren, bei denen Rohstoffe, Komponenten und Produkte durch den Einsatz von erneuerbaren Energieressourcen so wenig Wert verlieren wie möglich.
* TUI wird weiterhin das Bewusstsein der Mitarbeiter für die Bedeutung der Entwicklung hin zu einem zirkulären Geschäftsmodell durch Informationsveranstaltungen und Workshops mit Experten schärfen. Bis heute haben mehr als 200 Kolleginnen und Kollegen an Lernveranstaltungen zum Thema Kreislaufwirtschaft teilgenommen. Für 2022 sind 10 weitere Schulungen geplant.
* TUI wird unnötige und problematische Einwegplastikartikel weiter reduzieren. Um herauszufinden, welche nachhaltigen Alternativen am besten geeignet sind und von den Urlaubern akzeptiert werden, hat die TUI Group im Sommer 2021 ein Projekt in Zusammenarbeit mit der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris gestartet. Ziel des Programms ist es, in zwei TUI Hotels auf den Balearen in bestimmten Gästezimmern nachhaltigere Alternativen zu verwenden. Die Wirksamkeit wird anhand von Gästebefragungen gemessen und erfolgreiche Maßnahmen werden ab 2023 auf andere Hotels übertragen.

**Example box 6: European Greenways Association**

Die EGWA verpflichtet sich, das Bewusstsein für die Integration von Nachhaltigkeitskriterien in KMU und anderen Unternehmen im Umfeld von Greenways durch die Erstellung und Verbreitung von Material zu schärfen: 10 praktische Empfehlungen für den grünen Wandel von KMUs im Umfeld von Greenways, basierend auf BPs, bis 2023..

Insbesondere für diejenigen, die Dienstleistungen für Radtouristen anbieten und den Verbrauch von Energie, Abfall, Wasser und Einwegplastik reduzieren, den umweltfreundlichen Konsum fördern und sie ermutigen, ihre Fortschritte zu messen.

15

***Digitaler Wandel***

Insgesamt wurden 29 Zusagen zu verschiedenen Themen veröffentlicht:

* Thema 9: Datengesteuerte Tourismusdienstleistungen
* Thema 10: Verbesserung der Verfügbarkeit von Informationen über das touristische Angebot im Internet
* Thema 14: Technische Umsetzung für den touristischen Datenraum
* Thema 15: F&I für digitale Werkzeuge und Dienste im Tourismus
* Thema 16: Unterstützung für die Digitalisierung von Tourismus-KMU und Reisezielen

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 12 |  |  |  |
|  |  |  |
| 10 8 6 4 2  0 |  | |  |
| Topic 9 Topic 10 Topic 14 Topic 15 Topic 16 |  |  |

**Figure 10: Published pledges relating to digital transition**

Abbildung 11 zeigt, dass ähnlich wie beim grünen Übergang auch hier die häufigste Zusage die Unterstützung der Akteure (in diesem Fall sowohl der KMU als auch der Reiseziele) beim Übergang betrifft. Diese Zusagen werden am häufigsten von regionalen Verwaltungen sowie von NRO und Wirtschaftsverbänden vorgelegt, wie in Abbildung 12 dargestellt. Von akademischen Einrichtungen wurden in diesem Bereich keine Zusagen veröffentlicht. Dies steht im Zusammenhang mit der Tatsache, dass bisher nur wenige Zusagen zu Thema 15 (Forschung und Innovation in Bezug auf digitale Werkzeuge und Dienstleistungen im Tourismus) veröffentlicht wurden.

**Abbildung 11: Veröffentlichte Zusagen zum digitalen Wandel nach Art der Organisation**

Bei der Lektüre der Zusagen zu diesen Themen wird deutlich, dass sie auch mit anderen Aspekten des Übergangspfads verknüpft sind, z. B. mit der Erleichterung des Austauschs bewährter Praktiken durch Veranstaltungen für Tourismus und Innovation (Region Toskana, NESCTouR, Consiliul Județean Maramureș), der Erleichterung der kollaborativen Governance (Bordeaux) oder der Unterstützung von Schulungen für KMU und Reiseziele (estnisches Ministerium für Wirtschaft und Kommunikation). Weitere Beobachtungen zum Inhalt der Verpflichtungen sind:

* Zusagen zur Unterstützung der Digitalisierung von KMU beschreiben z. B. die Bereitstellung kostenloser Schulungen zur Digitalisierung touristischer Dienstleistungen (Handelskammer Turin, estnischer Tourismusverband, Consiliul Județean Maramureș), die Bereitstellung digitaler Tools, die dabei helfen, Dienstleistungen über digitale Kanäle verfügbar zu machen (Amadeus), oder die Schulung von KMU im Umgang mit spezifischen digitalen Tools (Global Blue).
* Die Verbesserung der digitalen Sichtbarkeit des touristischen Angebots mit Hilfe von Online-Plattformen wird häufig von Regionen (Pays de la Loire - siehe Kasten, Ile-de-France, Regione Toscana, Castilla-La mancha) oder DMOs (Bordeaux), aber auch von NROs (European Greenways), Unternehmen (Amadeus - siehe Kasten) oder Wirtschaftsverbänden (CAN) unterstützt, was auf Potenzial für die Optimierung von Synergien und Zusammenarbeit hindeutet,

16

|  |  |
| --- | --- |
| Nationale Verwaltung  Regionale Verwaltung  Lokale Verwaltung  Nichtregierungsorganisation (NGO)  Reisezielmanagement/Marketing  Organisation  Unternehmen mit 250 oder mehr Beschäftigten  KMU (ein Unternehmen mit weniger als 250 Angestellten)  Unternehmensverband |  |
|  |

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Digital transition

und Austausch von bewährten Verfahren und Instrumenten zwischen ähnlichen und unterschiedlichen Arten von Akteuren in der EU.

* KMU können einen Beitrag zum digitalen Wandel leisten, indem sie ihre digitalen Lösungen anderen KMU oder Reisezielen mit konkreten Zielvorgaben für deren Einführung (AnySolution) zur Verfügung stellen.
* Vor allem regionale Akteure (Andalusien, Regione Toscana, NECSTouR) und große Unternehmen (Amadeus, Global Blue - siehe Kasten) haben ihr Interesse und ihr Engagement für die Entwicklung und Beteiligung am Tourismusdatenraum gezeigt.
* Das Beispiel Estlands zeigt, dass die Zuweisung von React-EU-Mitteln sowohl für die Entwicklung nachhaltiger Tourismusprodukte als auch für die Digitalisierung des Tourismussektors eine gute Praxis ist.

**Example box 7: Amadeus**

Der Tourismus ist eine sehr fragmentierte Branche mit vielen KMUs, die in ihrem Digitalisierungsprozess unterstützt werden müssen. Amadeus hat die Technologie entwickelt, um dieses Ökosystem zu beleben, indem es lokale touristische Dienstleistungen (z.B. Fahrradverleih, Weinproben, kulturelle Besichtigungen...) bei der Digitalisierung und Verbreitung ihrer Inhalte über indirekte Kanäle wie Hotels, DMOs und Reisebüros unterstützt. Wir führen dieses Modell in Frankreich in Partnerschaft mit der CDC (Caisse des Dépôts) ein und erwarten, dass es in den nächsten fünf Jahren in ganz Europa eingeführt wird. Wir glauben, dass so ein erfolgreiches Ökosystem entsteht, das den Endverbrauchern zugutekommt und die Wertschöpfung des Tourismussektors in Europa hält.

**Example box 8: Global Blue**

Global Blue hat Erfahrung mit der Weitergabe von Tourismusdaten an die Regierungen der EU-Mitgliedstaaten (zuletzt in Spanien), um deren nationale Statistiken und Strategien für das Tourismuswachstum zu unterstützen. Global Blue würde sich verpflichten, diese Daten regelmäßig auf EU-Ebene zur Verfügung zu stellen. Diese Daten können für personalisierte Tourismusdienstleistungen, das Management von Reisezielen, die Überwachung und die Bereitstellung von Dienstleistungen genutzt werden.

Darüber hinaus wären wir gerne bereit, bei der Vereinbarung gemeinsamer Praktiken für den Austausch von Tourismusdaten zusammenzuarbeiten. Wir hoffen, bis 2025 in mehreren Reisezielen Praktiken für die gemeinsame Nutzung von Daten zu etablieren, die zum Management von Reisezielen und zur Entwicklung von Tourismusdienstleistungen beigetragen haben und als bewährte Praktiken für die gemeinsame Nutzung von Tourismusdaten weitergegeben wurden.

**Example box 9: Region Pays de la Loire**

Eine unserer regionalen Vorzeigeinitiativen besteht in der direkten Vermarktung von touristischen Dienstleistungen. Seit 2018 hat Pays de la Loire e-RESA eingeführt, unser regionales Online-Buchungssystem (provisionsfrei für Verkäufe). Es wird von e-SPRIT, unserer regionalen Datenbank, unterstützt und in Zusammenarbeit mit allen unseren Partnern entwickelt. Diese Instrumente müssen nun aktualisiert und auf neue Aktivitäten ausgedehnt werden. Ziel ist es, Fachleuten und Fremdenverkehrsbüros ein Instrument für die Verwaltung der Verfügbarkeit (Übernachtungen, Produktkataloge, Ausrüstungsbestände) parallel zu den Online-Reservierungen auf ihren eigenen Websites (Direktverkauf) zur Verfügung zu stellen. Sie wird auch weiterhin buchbare Angebote über einen Marktplatz auf den Websites der Partnerdestinationen fördern und Gateways entwickeln, um die Vertriebskanäle von Tourismusfachleuten in Richtung von Anbietern mit niedrigen Provisionssätzen zu erweitern, insbesondere im Bereich des ethischen und nachhaltigen Tourismus.

In der Praxis streben wir an, die Zahl der Mitglieder des eRESA-Systems von 300 auf 1000 bis 2025 zu erhöhen, insbesondere die Zahl der Anbieter von Aktivitäten und Freizeitangeboten. Außerdem erwarten wir bis 2025 eine Steigerung des in der Region erwirtschafteten Umsatzes um 10 Mio. € dank der Verkäufe über die Instrumente des eRESA-Systems. Wir hoffen, dass bis 2030 100 % unserer Akteure an ein Online-Buchungstool angeschlossen sind.

17

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 10 |  |  |  |
|  |  |  |
| 8 6 4 2  0 |  | |  |
| Topic 17 Topic 18 Topic 21 Topic 22 Topic 25 Topic 26 |  |  |

**Figure 12: Published pledges relating to skills and resilience**

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

***Fähigkeiten und Widerstandsfähigkeit***

Insgesamt wurden 27 Zusagen zu dieser Gruppe veröffentlicht, die sich aus folgenden Themen zusammensetzt:

* Thema 17: Nahtloses grenzüberschreitendes Reisen
* Thema 18: Koordiniertes Management und aktualisierte Informationen über Reisen
* Thema 21: Bildungsorganisationen, die sich für die Entwicklung und Erneuerung der Tourismusausbildung einsetzen
* Thema 22: Pakt für Kompetenzen im Tourismus
* Thema 24: Fairness und Gleichheit bei Arbeitsplätzen im Tourismus
* Thema 25: Verbesserung der Zugänglichkeit touristischer Dienstleistungen
* Thema 26: Touristische Dienstleistungen für Besucher und Einwohner gleichermaßen

Wie Abbildung 13 zeigt, beziehen sich die meisten der derzeit veröffentlichten Zusagen in diesem Bereich darauf, das Wohlergehen der lokalen Gemeinschaften zu gewährleisten und gleichzeitig die Tourismusdienstleistungen zu diversifizieren, um die Widerstandsfähigkeit der Reiseziele und KMU zu unterstützen. Es ist bemerkenswert, dass, obwohl mehrere Interessengruppen den Pakt für Kompetenzen im Tourismus und seine allgemeinen Ziele unterzeichnet haben, es noch nicht viele konkrete Zusagen auf Organisationsebene gibt, um auf diese Ziele hinzuarbeiten. Auch für das Thema 24 gibt es derzeit keine veröffentlichten Zusagen. Dies könnte mit der Formulierung im Bericht über den Übergangspfad zusammenhängen, der sich hauptsächlich auf rechtliche Verpflichtungen bezieht, während das Hauptziel der freiwilligen Maßnahme darin besteht, die Aufmerksamkeit und das Engagement für das Wohlergehen und die Gleichstellung der Arbeitskräfte im Tourismus zu wecken und die Attraktivität der Arbeitsplätze im Tourismus zu verbessern.

Die veröffentlichten Verpflichtungserklärungen werden am häufigsten von großen Unternehmen und lokalen Verwaltungen vorgelegt, wie in Abbildung 14 zu sehen ist. Bei großen Unternehmen sind organisatorische Strategien, die soziale Aspekte von Arbeitnehmern, Mitarbeitern und Betriebskontexten konkret berücksichtigen, Ausdruck der sozialen Verantwortung der Unternehmen gegenüber Aktionären und Kunden und können daher in großen Unternehmen besser entwickelt sein als in kleineren Unternehmen oder anderen Arten von Organisationen.

**Abbildung 13: Veröffentlichte Zusagen zu Kompetenzen und Resilienz nach Art der Organisation**

Insgesamt wurden im Bereich Kompetenzen und Resilienz und insbesondere bei der Zugänglichkeit und Vielfalt viele Zusagen bereits bei der ersten Einreichung klar formuliert, im Gegensatz zu vielen anderen Bereichen. Viele der in den Zusagen enthaltenen Maßnahmen sind bereits angelaufen, mit konkreten und ehrgeizigen Zielen für die Zukunft. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Organisationen bereits seit längerer Zeit bewusste strategische Überlegungen angestellt haben und in diesem Bereich arbeiten. Weitere Beobachtungen sind:

18

|  |  |
| --- | --- |
| Sonstige Nationale Verwaltung Regionale Verwaltung  Lokale Verwaltung Nichtregierungsorganisation (NGO)  Netzwerk von Organisationen  Reisezielmanagement/  Marketing  Unternehmen mit 250 oder mehr Beschäftigten Unternehmensverband Akademische / Forschungseinrichtung |  |
|  |

0 1 2 3 4 5 6 7

Skills and resilience

* Dieser Abschnitt zeigt, wie digitale Innovation und digitale Tools auch zu Resilienz und Kompetenzen beitragen können, indem sie Grenzübertrittsverfahren erleichtern (Amadeus), Informationen über zugängliche Einrichtungen zur Verfügung stellen (Stadt Zagreb) und Ausbildungsmöglichkeiten anbieten (TUI, Ruraltour).
* Wie auch in anderen Themenbereichen gezeigt wurde, unterstützen große Unternehmen nicht nur die Qualifikationen ihrer Mitarbeiter, sondern auch die der mit ihnen zusammenarbeitenden KMU und das Wohl der Gemeinschaft (TUT, Booking, Costa Group, Global Blue).
* In den Zusagen, die den Pakt für Kompetenzen erwähnen, besteht das Hauptziel derzeit darin, regionale Partnerschaften zu gründen oder zu unterstützen (Regione Toscana, NECSTouR).
* Die Pledges zeigen Beispiele für Ambitionen, das Angebot an zugänglichen, diversifizierten und authentischen touristischen Aktivitäten zu erweitern (EGWA, Costa-Gruppe, Booking - siehe Kasten), und es werden weitere Beispiele dieser Art benötigt.
* Destination-Management-Organisationen (Visit Flanders, Bordeaux) zeigen, dass Zugänglichkeit und gemeinschaftliches Wohlbefinden in Strategien mit klaren Maßnahmen und messbaren Zielen integriert werden können.
* Die Stakeholder ergreifen auch Maßnahmen und geben Zusagen zu Aspekten, die nicht im Rahmen spezifischer Maßnahmen des Übergangspfads formuliert sind, aber im Hauptbericht als wichtige Themen beschrieben werden, wie z. B. die Unterstützung einer verantwortungsvollen jungen Tourismusgeneration (Costa-Gruppe - siehe Kasten).

**Example box 12: Hochschule für angewandte Wissenschaften Breda**

... [Auszug aus dem Text] ... Die Hochschule Breda entwickelt und teilt Wissen über aktuelle Qualifikationsdefizite und künftige Qualifikationsbedürfnisse mit dem Ziel, ein kontinuierliches und nachhaltiges Angebot an Skills Intelligence zu entwickeln, das KMU, Bildungseinrichtungen und andere Bildungsanbieter nutzen können, um tourismusbezogene Lehrpläne und praktische Kurse zu entwickeln, die den dringendsten Bedarf decken. Dieser Skills Tntelligence-Mechanismus soll bis zum Jahr 2023 für Bildungsanbieter im Tourismus (als Open Access) zur Verfügung stehen.

**Example box 11: Costa Gruppe**

Das Ziel der Costa Gruppe ist es, eine positive, transformative Kraft für die Reise- und Tourismusbranche zu werden. Durch die Nutzung der Fähigkeiten unserer Schiffe, unseres Partnernetzwerks und der Costa Crociere Stiftung wollen wir die weltweit größte Gemeinschaft verantwortungsbewusster Reisender an Bord unserer Schiffe schaffen. Wir verpflichten uns, bis 2025 rund 50.000 Schüler in ganz Europa für den Schutz der Küsten und des Meeres zu sensibilisieren. Bis jetzt haben wir schon mehr als die Hälfte geschafft.

**Example box 10:** [**Booking.com**](http://Booking.com)

[Booking.com](http://Booking.com) hat die LGBTQ+-Reiseplakette eingeführt, um LGBTQ+-Kunden zu helfen, die einladendsten Unterkünfte zu finden.

Das Regenbogenkoffer-Abzeichen zeigt an, dass ein Partner unsere Proud Hospitality-Schulung absolviert hat. Dabei handelt es sich um eine 75-minütige Schulung, die den Partnern dabei helfen soll, die Qualität der Erfahrung zu verbessern, die sie LGBTQ+-Gästen bieten. Das Abzeichen gibt LGBTQ+-Reisenden mehr Sicherheit bei der Buchung und hilft den Partnern, ihre Gastfreundschaft zu verbessern.

Die Schulung steht allen unseren Partnern in englischer Sprache zur Verfügung, und um die Verbreitung und Zugänglichkeit weiter zu fördern, übersetzen wir das Video und die Begleitmaterialien. Bis Ende 2022 wird die Schulung zusätzlich zum Englischen in 5 EU-Sprachen verfügbar sein. Bis Ende 2022, wenn das Schulungsvideo und die Materialien übersetzt sind, werden wir die Kampagne "Travel Proud" in 7 EU-Mitgliedstaaten eingeführt haben. Im Laufe der nächsten Jahre werden weitere Sprachen hinzukommen.

19

* Thema 11: Leicht zugängliche bewährte Verfahren, Peer-Learning und Vernetzung für KMU
* Thema 19: Sensibilisierung für den Qualifikationsbedarf für die doppelte Umstellung im Tourismus
* Thema 20: Sensibilisierung für die Veränderungen in der touristischen Nachfrage und die Chancen des doppelten Übergangs für den Tourismus
* Thema 23: Zentrale Anlaufstelle für Lernangebote für Tourismus-KMU
* Thema 27: Förderung der Sichtbarkeit von Finanzierungsmöglichkeiten für Tourismusakteuretors

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

***Unterstützung durch Interessengruppen***

Insgesamt wurden 25 Verpflichtungserklärungen für diese Gruppe veröffentlicht, die sich aus folgenden Gruppen zusammensetzt:

**Figure 14: Published pledges relating to stakeholder support**

8

|  |  |
| --- | --- |
| 6  4  2  0 |  |
| Topic 11 Topic 19 Topic 20 Topic 23 Topic 27 |

Diese Maßnahmen wurden ursprünglich von den Interessengruppen im Rahmen des Mitgestaltungsprozesses als Aufforderung an die Kommission zum Handeln und zur Unterstützung der Interessengruppen vorgeschlagen. Die Zusagen zeigen, dass mehrere Stakeholder-Gruppen bereits aktiv an diesen Themen arbeiten. Dies verdeutlicht das Potenzial, die Wirkung der Maßnahmen der einzelnen Akteure durch eine wirksame Koordinierung und Verknüpfung weiter zu steigern. Wie aus Abbildung 15 hervorgeht, repräsentieren die Zusagen in diesem Bereich recht gleichmäßig unterschiedliche Themen, die sich gegenseitig unterstützen.

Diese Zusagen werden am häufigsten von Wirtschaftsverbänden vorgelegt, die in der Regel auf die Unterstützung von KMU und lokalen Unternehmen abzielen. Auch mehrere Nichtregierungsorganisationen haben die Schaffung, Entwicklung und Förderung bewährter Praktiken für ihre Interessengruppen zu ihrer Hauptaufgabe gemacht. Derzeit gibt es keine veröffentlichten Selbstverpflichtungen von Unternehmen, obwohl die Selbstverpflichtungen in anderen Bereichen zeigen, dass große Unternehmen häufig auch die Sensibilisierung und den Austausch von Wissen und bewährten Verfahren für die KMU, mit denen sie zusammenarbeiten, unterstützen. Es ist zu hoffen, dass in der nächsten Runde der Sammlung von Verpflichtungserklärungen auch akademische Organisationen ihre Unterstützung für die Sensibilisierung und den Austausch bewährter Praktiken mit lokalen Wirtschaftsakteuren zum Ausdruck bringen werden und dass die KMU sich verpflichten werden, ihre Zeit und ihre Ressourcen für die Suche nach den ihnen zur Verfügung stehenden Unterstützungsmöglichkeiten einzusetzen und diese zu nutzen.

**Abbildung 15: Veröffentlichte Zusagen zur Unterstützung der Stakeholder nach Art der Organisation**

Die Zusagen in diesem Bereich betonen die Generierung und den Austausch von Wissen (EGWA, NECSTouR), die Organisation von Veranstaltungen (Handelskammer Turin, Eurac research, Azoren DMO) und die Schaffung und Bereitstellung von Ressourcen zur Unterstützung lokaler KMU. Viele Zusagen in diesem Bereich stehen auch im Zusammenhang mit Ausbildungskonzepten oder mit forschungs- und innovationsbezogenen Maßnahmen. Weitere Beobachtungen sind:

* Regionale Verwaltungen und DMOs zeigen Beispiele für Zusagen, die darauf abzielen, den Austausch unter Gleichgesinnten, die gemeinsame Nutzung bewährter Verfahren und die gemeinsame Bewältigung von Herausforderungen durch lokale Tourismusakteure zu unterstützen (katalanisches Fremdenverkehrsamt, DMO der Azoren), was einen sinnvollen Austausch unter gemeinsamen Rahmenbedingungen wirksam unterstützen kann.

20

|  |  |
| --- | --- |
| Other National administration Regional administration Local administration Non-governmental organisation (NGO) Network of organisations Destination management/marketing... Business association |  |
|  |

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Stakeholder support

* Die Bereitstellung spezifischer personeller Ressourcen zur Unterstützung der Tourismusakteure bei der Verbesserung der Nachhaltigkeit auf DMO-Ebene zeugt von konkretem Engagement und bewährten Verfahren (Bordeaux Tourism & Conventions).
* Die Zusagen zur Sensibilisierung für den Qualifikationsbedarf beinhalten häufig auch Ansätze zur Untersuchung und Analyse der bestehenden Qualifikationslücken und des Bedarfs (Europäische Schifffahrtsindustrie, estnisches Ministerium für Wirtschaft und Kommunikation).
* Nichtregierungsorganisationen und öffentliche Interessengruppen leisten wichtige Unterstützung für Tourismusakteure mit spezifischen Schwerpunkten, wie z. B. die Unterstützung von landwirtschaftlichen Akteuren mit Bewirtungsdienstleistungen (kroatischer Landtourismus), den Austausch bewährter Verfahren zu spezifischen Themen wie Zugänglichkeit (ISTO - siehe Kasten) oder nachhaltigen und zugänglichen Radtourismus (EGWA).
* Mehrere Akteure mit Multiplikatorfunktion bieten KMU Unterstützung bei der Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten, Beispiele für geförderte Projekte (NECSTouR - siehe Kasten, EGWA, ISTO, Handelskammer Turin) und helfen den Akteuren insgesamt, miteinander in Kontakt zu treten, um neue Kooperationen zu entwickeln (AViTeM).
* Pledges zeigen, wie EU-Fördermittel und Unterstützungsmaßnahmen auf EU-Ebene mobilisiert werden können, um lokale Akteure konkret zu unterstützen (Interreg IPA South Adriatic, Handelskammer Turin - siehe Kasten).

**Example box 13: Internationale Organisation für Sozialtourismus**

ISTO wird über seine Arbeitsgruppe für barrierefreien Tourismus im Jahr 2023 einen "Empfehlungsleitfaden" für barrierefreie Tourismusveranstaltungen veröffentlichen (zwei frühere Leitfäden wurden 2021 und 2022 zu anderen Themen im Zusammenhang mit barrierefreiem Tourismus veröffentlicht) und wird Teil des Lenkungsausschusses des dritten internationalen Gipfels "Reiseziele für alle" sein, der 2023 in Paris stattfindet.

ISTO ist das einzige internationale Netzwerk, das sich für einen besseren (finanziellen, physischen, kulturellen und bildungsbezogenen) Zugang zu Reisen, Freizeit und Urlaub einsetzt und gleichzeitig Formen des Tourismus fördert und unterstützt, die den Menschen, Gemeinden und lokalen Gebieten zugutekommen. Bereitstellung von Beispielen und Fällen, die Stakeholder aus verschiedenen EU-Ländern inspirieren können, die an diesem Thema interessiert sind.

**Example box 14: Handelskammer Turin**

Unsere Handelskammer ist Partner des Enterprise Europe Network (<https://een.ec.europa.eu/> ) und koordiniert seit 2019 die EEN-Sektorgruppe Tourismus und Kulturerbe. Im Rahmen der EEN-Aktivitäten unterstützen wir unsere lokalen KMU und Stakeholder, die an einer Zusammenarbeit mit anderen Ländern interessiert sind: Wir fördern Finanzierungsmöglichkeiten auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene. Darüber hinaus planen wir, im Jahr 2022 drei Living Labs für das Ökosystem Tourismus einer lokalen GAL (in der Bergregion Piemont) zu organisieren, mit den Schwerpunkten: Nachhaltigkeit/Green Transition, Sport, Digitalisierung. An den drei Living Labs werden lokale KMU, Gemeindeverwaltungen, Interessenvertreter, Hotels usw. teilnehmen und wir werden Finanzierungsmöglichkeiten für den Tourismussektor auf lokaler, nationaler und EU-Ebene vorstellen.

**Example box 15: NECSTouR**

Da wir das Projekt "Nachhaltiger Tourismus in der Gemeinschaft" im Dezember 2022 abschließen, werden wir sinnvolle Ergebnisse erzielen, einschließlich eines Handbuchs über die Verwendung von Mitteln aus dem Konjunkturprogramm der nächsten Generation und aus dem EFRE 2021-2027 für die Nachhaltigkeit des Tourismus im Mittelmeerraum, das während der Europäischen Woche der Regionen und Städte veröffentlicht und vorgestellt werden wird. Mit diesem Handbuch können wir den Verwaltungsbehörden der RRF und des EFRE gute Ratschläge geben, welche Art von Projekten (die durch Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen gefördert werden) der Tourismussektor benötigt, um den Übergang zur Ökologisierung und Digitalisierung innerhalb und außerhalb des Mittelmeerraums zu vollziehen. Zu diesem Zweck werden wir die Ergebnisse des Handbuchs während der Europäischen Woche der Regionen und Städte im Rahmen eines Workshops mit dem Titel "Der Übergang zu einem intelligenteren und grüneren nachhaltigen Tourismus-Ökosystem im Mittelmeerraum" mit anderen Akteuren in ganz Europa teilen.”



21

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

**LEHREN AUS DER BISHERIGEN SAMMLUNG VON VERPFLICHTUNGEN**

Wie in den vorangegangenen Abschnitten erläutert, ist dieser erste Satz veröffentlichter Selbstverpflichtungen der Interessengruppen ein erster Schritt zum Aufbau eines langfristigen Prozesses und einer Gemeinschaft, die gemeinsam für den EU-Tourismus arbeitet. Aus diesem begrenzten ersten Satz veröffentlichter Selbstverpflichtungen können keine eindeutigen Schlussfolgerungen gezogen werden, da viele Organisationen ihre Selbstverpflichtungen noch nicht zum Ausdruck gebracht haben und viele noch dabei sind, ihre konkreten Zusagen auszuarbeiten.

Als Teil dieses dynamischen Kooperationsprozesses ist es jedoch sinnvoll, aus den bisherigen Erfahrungen und Ergebnissen Lehren zu ziehen und Verbesserungsmöglichkeiten zu erwägen, mit dem Ziel, das Engagement der Interessengruppen zu erleichtern und den Nutzen des Prozesses und seiner Ergebnisse zu optimieren.

***Kernaussagen für Organisationen, die Verpflichtungen vorgeschlagen haben***

Wie aus diesem Bericht hervorgeht, wurden und werden alle eingegangenen Verpflichtungen von dem Referat der GD GROW, das die Umsetzung des Übergangspfads für den Tourismus koordiniert, sorgfältig geprüft. Jede Organisation, die eine Selbstverpflichtung veröffentlicht hat, wurde in diesem Dokument erwähnt. Ein paar allgemeine Hinweise für sie:

* Die veröffentlichten Zusagen unterscheiden sich stark in ihrer Darstellung. Es ist für jeden nützlich, seine Zusagen mit denen anderer zu vergleichen und zu überlegen, ob die eigene Zusage noch verbessert werden kann, um klarer und fokussierter zu sein - um dem Leser die Kernbotschaft leicht zu vermitteln. Es besteht die Möglichkeit, aktualisierte Beschreibungen und ggf. Korrekturen bei der Art der Organisation usw. einzureichen, damit in der nächsten Runde eine noch bessere Zusage mit einem noch größeren Leserkreis veröffentlicht werden kann.
* Viele der vorgeschlagenen Zusagen in den Einsendungen zeigten wertvolles Wissen und Interesse am Austausch bewährter Verfahren, auch wenn keine konkrete zukunftsorientierte Zusage vorgeschlagen wurde. Die Rolle der künftigen Plattform zur Unterstützung von Interessengruppen wird darin bestehen, den Austausch von solchem Wissen auf europäischer Ebene mit Akteuren zu erleichtern, die sich je nach ihren spezifischen Interessen für bestimmte Themen entscheiden können.
* Einige der vorgeschlagenen Zusagen beschreiben kurzfristig finanzierte Projekte, die als Ergebnis interessantes Wissen liefern können, aber aus der Perspektive des organisatorischen Engagements wäre es interessant zu wissen, wie diese Ergebnisse verbreitet, genutzt und für langfristige Maßnahmen kapitalisiert werden sollen.
* Diejenigen Organisationen, die derzeit als "engagierte Organisationen" ohne spezifische Zusagen veröffentlicht wurden, werden ermutigt, die Beispiele und Ratschläge in diesem Bericht für die Vorbereitung, Überarbeitung und Einreichung ihrer Zusagen zu nutzen.

***Kernaussagen für Organisationen, die Verpflichtungserklärungen vorbereiten***

Einige Stakeholder haben geäußert, dass es für sie schwierig ist, zu wissen, wie sie einen Pledge vorbereiten sollen. Dieser Bericht und die veröffentlichten Verpflichtungserklärungen enthalten konkrete Beispiele, und das Online-Formular für die Aufforderung zur Abgabe von Verpflichtungserklärungen wurde mit Anleitungsmaterial aktualisiert. Hier einige konkrete Ansatzpunkte:

* Zu den Schlüsselelementen der Selbstverpflichtung gehören 1) eine laufende oder künftige Maßnahme, 2) ein messbares Ziel zur Bewertung der Umsetzung und des Fortschritts der Maßnahme und 3) eine Verknüpfung mit den Zielen des Übergangspfads.
* Die Verpflichtung muss nicht unbedingt eine neue Maßnahme sein. Wenn eine Organisation ein bestehendes strategisches Engagement mit einem ehrgeizigen konkreten Ziel in der Zukunft und einem klaren Beitrag zu den Zielen des Übergangspfads hat, kann dies als Zusage gemeldet werden, die zu den Aktivitäten der T4T-Gemeinschaft beiträgt.
* Den Stakeholdern wird empfohlen, sich die vorhandenen Beispiele anzusehen und mit ihren Mitgliedern, Mitarbeitern und Kollegen darüber zu diskutieren, welche Maßnahmen und Ziele sie umsetzen und verfolgen könnten. Das erste Versprechen kann ein kleineres Experiment sein mit dem Ziel, es auszuweiten, wenn es sich als erfolgreich erweist.
* Verschiedene Arten von Interessenvertretern haben unterschiedliche Rollen und Arbeitszusammenhänge, daher sind möglicherweise nicht alle Themen des Übergangspfads gleich relevant oder die Handlungsoptionen sind begrenzt. Es kann sinnvoll sein, Zusagen von Akteuren mit ähnlicher Rolle als Beispiele zu überprüfen.

22

Monitoring and Co-implementation

* Die Ausarbeitung guter Pledges und die Sicherstellung der organisatorischen Unterstützung für diese braucht Zeit. Es wird empfohlen, bereits mit der Vorbereitung der Pledges zu beginnen, um sicherzustellen, dass sie bis zum nächsten Stichtag (im September) fertiggestellt sind und in der nächsten Runde veröffentlicht werden können.

**Wichtige Erkenntnisse für die Kommission**

Diese erste Reihe von veröffentlichten Verpflichtungen zeigt, dass es viele laufende Aktivitäten zwischen den Interessengruppen auf verschiedenen Ebenen gibt, dass die Ziele des Übergangspfads eindeutig unterstützt werden und dass es viele Möglichkeiten gibt, den Übergang zu beschleunigen, indem Verbindungen und Synergien zwischen den Akteuren gefördert werden.

* Die Kommission sollte diese Zusagen als Beispiele nutzen, um sie in ihrer Kommunikation mit den verschiedenen Interessengruppen als Best-Practice-Beispiele weiterzugeben.
* Die Interessengruppen, die Vorschläge für Zusagen eingereicht und Anregungen von der Kommission erhalten haben, waren sehr kooperativ. Allerdings ist der bilaterale E-Mail-Verkehr ein zeitaufwändiger Prozess und nicht immer das beste Mittel zur Klärung unklarer Fragen, so dass die Unterstützung anders organisiert werden sollte, z. B. durch eine telefonische "Hotline zur Vorbereitung von Verpflichtungen".
* Die Formulierung der Zusagen könnte anders strukturiert werden, um den Lesern das Auffinden wichtiger Informationen zu erleichtern und die Akteure bei der Vorbereitung der Zusagen zu unterstützen:
* Spezifische Felder zur Angabe der konkreten Maßnahme, des Akteurs, des messbaren Ziels und des Bewertungszeitpunkts (jährlich, Jahr XX, usw.)
* Keine Zuordnung der Zusagen zu einem Übergangspfad-Thema, sondern Beschreibung einer klaren Zusage und anschließende Angabe der relevanten Übergangspfad-Themen (möglicherweise mehr als eines)
* Da es Aktualisierungen und Erweiterungen der Zusagen geben wird, muss das Verfahren für die Akteure zur einfachen Aktualisierung/Erweiterung/Änderung ihrer Beiträge und zur Kennzeichnung der wichtigsten Änderungen definiert und erleichtert werden.

**Aufgaben für die Gemeinschaft von Together for EU Tourism zur gemeinsamen Lösung**

Eine wichtige Aufgabe für die Gemeinschaft von Together for EU Tourism ist es, den größten Nutzen aus diesen und den in Zukunft veröffentlichten Verpflichtungen zu ziehen. Da einige Pledges bereits greifbare Ergebnisse zu Themen beschreiben, an denen andere noch arbeiten (z. B. Tourismusstrategien, Pläne für nachhaltige Mobilität), sollte ein gezielter Austausch von Best Practices so bald wie möglich stattfinden, noch bevor die Plattform zur Unterstützung der Stakeholder eingerichtet wird.

* Die gesamte Gemeinschaft sollte mit Hilfe der Kommission zusammenarbeiten, um einen Lernaustausch in Bezug auf bestimmte Bereiche des Übergangspfads zu organisieren, bei dem bestehende Zusagen ausgetauscht und gegenseitige Unterstützung bei der Ausarbeitung neuer Zusagen und beim Austausch von Wissen über bestehende Ressourcen geleistet werden könnte.
* Um die Gemeinschaft aufzubauen, ist ein stärkeres Engagement der Akteure auf allen Ebenen erforderlich. Dies erfordert die Zusammenarbeit der Stakeholder als aktive Multiplikatoren, die mit lokalen Akteuren und KMU zusammenarbeiten, z. B. durch nationale Netzwerke für Reiseziele oder lokale Tourismusnetzwerke.
* Das Ziel der Selbstverpflichtungen besteht darin, dass jeder Akteur Ziele setzt und verfolgt, die für ihn sinnvoll sind. Jeder verfolgt seine eigenen Fortschritte mit Unterstützung der Gemeinschaft, und dafür könnte ein Mechanismus zur gegenseitigen Unterstützung entwickelt werden. Die Gemeinschaft könnte auch erwägen, gemeinsam mit den Beiträgen aus den Verpflichtungen übergeordnete gemeinsame Ziele zu verfolgen. Dies wird von der bevorstehenden informellen Expertengruppe der Kommission vorgeschlagen werden.
* Die vorgeschlagenen und veröffentlichten Verpflichtungen zeigen, dass es bereits eine Fülle von relevanten Wissensressourcen gibt und diese im Entstehen begriffen sind. Die künftige Plattform zur Unterstützung der Interessengruppen wird einen integrierten Zugangspunkt für alle diese Ressourcen mit einem benutzerfreundlichen, interessenbasierten Zugangsmechanismus und der Möglichkeit der maschinellen Übersetzung bieten. Eine wichtige Aufgabe für die Gemeinschaft im Jahr 2023 wird darin bestehen, diese Plattform mit allen wichtigen Ressourcen zu bestücken, um sie denjenigen zugänglich zu machen, die sie nutzen könnten.

23

Transition Pathway for Tourism: Leading the transition

Summary of published commitments 28 June 2022

**SCHLUSSFOLGERUNGEN UND NÄCHSTE SCHRITTE**

Dieser **erste Satz von 186 veröffentlichten Zusagen und 112 engagierten Organisationen** ist ein vielversprechender Anfang und hat bereits Ideen für die Verbesserung und Ausweitung der Prozesse zur Einbindung und Unterstützung der Akteure für den Übergang im Tourismus geliefert.

Die Sammlung von Verpflichtungen und Zusagen wird fortgesetzt. Das Online-Formular für die Aufforderung zur Abgabe von Zusagen ist weiterhin geöffnet, und ab Mitte August wird über einen "T4T-Helpdesk" mit wöchentlicher Telefonsprechstunde Unterstützung bei der Formulierung der Zusagen angeboten. Der **nächste Stichtag** für die **Sammlung** von **Zusagen** ist für **September 2022** geplant, die Veröffentlichung der nächsten Runde von Zusagen erfolgt im Oktober 2022.

Nach Abschluss der ersten beiden Runden von Selbstverpflichtungen sollten die Kommission und die Gemeinschaft "Gemeinsam für den EU-Tourismus" zusammenarbeiten, um diese effektiv zu nutzen. In einem ersten Schritt sollten sie Webinare für jeden Schlüsselbereich (grüner Wandel, digitaler Wandel, Kompetenzen und Resilienz) organisieren, um Menschen, die an ähnlichen Themen arbeiten, und alle anderen Interessierten zusammenzubringen und Informationen auszutauschen:

* Veröffentlichte Zusagen zu diesen Bereichen für künftige Maßnahmen und Ziele
* Bestehende Wissensressourcen und bewährte Verfahren
* Finanzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten
* Akteure, die am Aufbau neuer Kooperationen in diesem Bereich interessiert sind

Im Herbst 2022 wird die Kommission auch andere Elemente zur Unterstützung und Begleitung der Verpflichtungen und der allgemeinen gemeinsamen Umsetzung des Übergangspfads einführen:

* Im **Spätsommer/Frühherbst** wird ein **Aufruf an Experten zur Bildung einer informellen Expertengruppe der Kommission** ergehen. Alle, die ihr Interesse an der Verfolgung eines bestimmten Aspekts des Übergangs bekundet haben, werden informiert, sobald der Aufruf veröffentlicht wird. Diese **Expertengruppe wird drei Arbeitsgruppen (Langzeit-Taskforces) bilden**, die den **Übergangspfad verfolgen** und bei der **Erstellung jährlicher Zusammenfassungen der Fortschritte** bei den Maßnahmen des touristischen Übergangspfads **helfen**.
* Eine **Online-Plattform** zur **Unterstützung von Akteuren** bei Maßnahmen im Rahmen des Übergangspfads **durch** einen **integrierten Zugang zu bestehenden Ressourcen, Netzwerken, Ausbildungs- und Finanzierungsmöglichkeiten** sowie zur Erleichterung des gegenseitigen Austauschs, der Wissensbildung und der Zusammenarbeit.
* Die **EU-Institutionen** (Europäisches Parlament, Ausschuss der Regionen, Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss) werden weiterhin **durch Veranstaltungen und Austauschmaßnahmen eingebunden**, mit der Absicht, eine EU-Agenda für den Tourismus durch den Rat auszuarbeiten, die die Unterstützung der Mitgliedstaaten für die Maßnahmen auf dem Übergangspfad widerspiegelt.
* Es werden **Treffen zwischen Experten der Mitgliedstaaten (Beratender Ausschuss für Tourismus) und engagierten Akteuren organisiert**, um Informationen über Zusagen, Unterstützungsbedarf und potenzielle Synergien zwischen Akteuren und Maßnahmen der Mitgliedstaaten auszutauschen.
* Die **erste jährliche Fortschrittsbewertung** des Übergangspfads soll auf dem **Europäischen Tourismustag im Frühjahr 2023 diskutiert werden**. Die **erste Studie** zur **Bewertung** der **Fortschritte** bei den Maßnahmen des Übergangspfads wird ebenfalls im **Frühjahr 2023** in Angriff genommen.

24

**ANHANG: AKTIONSBEREICHE DES ÜBERGANGSPFADS FÜR DEN TOURISMUS**

More information on the actions, objectives, actors and the transition context can be found from the [transition pathway for tourism policy report,](https://op.europa.eu/s/wpZx) available in 22 languages.

|  |  |
| --- | --- |
| **Topic no** | **Topic name** |
| **TOPIC 1** | 1. Fair measures for Short-Term Rentals (STR) |
| **TOPIC 2** | 1. Regulatory support for improved multimodal travelling |
| **TOPIC 3** | 1. Improving statistics and indicators for tourism |
| **TOPIC 4** | 1. Comprehensive tourism strategies development or update |
| **TOPIC 5** | 1. Collaborative local destination governance |
| **TOPIC 6** | 1. Sustainable mobility |
| **TOPIC 7** | 1. Circularity of hospitality industry |
| **TOPIC 8** | 1. Green transition of tourism companies and SMEs |
| **TOPIC 9** | 1. Data-driven tourism services |
| **TOPIC 10** | 1. Improve the availability of information on tourism offer online |
| **TOPIC 11** | 1. Easily accessible best practices, peer learning and networking for SMEs |
| **TOPIC 12** | 1. R&I and pilots on circular and climate friendly tourism |
| **TOPIC 13** | 1. Appropriation of PEF and OEF methodology and development of support tools for tourism ecosystem |
| **TOPIC 14** | 1. Technical implementation for tourism data space |
| **TOPIC 15** | 1. R&I for digital tools and services in tourism |
| **TOPIC 16** | 1. Support for digitalisation of tourism SMEs and destinations |
| **TOPIC 17** | 1. Seamless cross-border travelling |
| **TOPIC 18** | 1. Coordinated management and updated information on travelling |
| **TOPIC 19** | 1. Awareness raising on skills needs for twin transition in tourism |
| **TOPIC 20** | 1. Awareness raising on changes in tourism demand and the opportunities of twin transition for tourism |
| **TOPIC 21** | 1. Educational organisations to engage in developing and renewing tourism education |
| **TOPIC 22** | 1. Pact for skills in tourism |
| **TOPIC 23** | 1. One-stop-shop for learning opportunities for tourism SMEs |
| **TOPIC 24** | 1. Fairness and equality in tourism jobs |
| **TOPIC 25** | 1. Enhancing accessible tourism services |
| **TOPIC 26** | 1. Tourism services for visitors and residents alike |
| **TOPIC 27** | 1. Support visibility of funding opportunities for tourism actors |