



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Klimawin BW

Bericht

2024

HOCHSCHWARZWALD TOURISMUS GMBH

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
1. Über uns	3
1.1 Unternehmensdarstellung	3
1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz	5
2. Die Klimawin BW	6
2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region	6
2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW	6
2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg	7
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	8
3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen	8
3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort	9
4. Unsere Schwerpunktthemen	10
4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte	10
4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind	10
4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz	11
4.4 Leitsatz 05 – Produktverantwortung	13
5. Weitere Aktivitäten	17
6. Unser Klimawin BW-Projekt	21
6.1 Das Projekt	21
6.2 Art und Umfang der Unterstützung	21
6.3 Ergebnisse und Entwicklungen	21
6.4 Ausblick	22
Impressum	23

1. Über uns

1.1 Unternehmensdarstellung

Die Hochschwarzwald Tourismus GmbH (HTG) wurde am 1. Januar 2009 als Zusammenschluss von ursprünglich zehn Urlaubsorten gegründet – ein klarer kommunalpolitischer Schritt hin zu einer effizienteren, nachhaltigeren und gemeinschaftlich organisierten Tourismusentwicklung im Hochschwarzwald.

Ziel war es von Beginn an, Synergien zu nutzen, öffentliche Mittel verantwortungsvoll einzusetzen, den sanften Tourismus zu fördern und die charakteristische Kulturlandschaft des Hochschwarzwalds als wertvolle Lebens- und Erholungsregion zu bewahren.

Heute umfasst das Einzugsgebiet der HTG 21 Kommunen, die sich – teilweise über Managementverträge – dem gemeinsamen Tourismusmanagement angeschlossen haben.

Diese enge Kooperation über Gemeindegrenzen hinweg bildet die Grundlage für ein wirkungsvolles und zukunftsorientiertes Destinationsmanagement.

Die Marke „Hochschwarzwald“ steht inzwischen national wie international für Authentizität, Qualität und eine nachhaltig geprägte Urlaubsdestination.

Sie vermittelt die Werte einer ursprünglich idyllischen, gleichzeitig lebendigen Region, in der Natur, Kultur und Gastfreundschaft in Einklang stehen.

Dies spiegelt sich in den Produkten, Dienstleistungen, Erlebnissen und Kommunikationsmaßnahmen der HTG wider.

Ein zentraler Erfolgsbaustein ist die Hochschwarzwald Card, die seit dem 1. Dezember 2010 besteht und als Modellprojekt für vernetzte Gästeerlebnisse gilt.

Mittlerweile sind über 430 Gastgeberbetriebe und rund 100 Leistungspartner an das System angeschlossen.

Mit der Card erhalten Gäste freien oder vergünstigten Zugang zu zahlreichen Attraktionen, Mobilitätsangeboten und Naturerlebnissen in der Region – ein Beispiel für die gelungene Verbindung von Servicequalität, regionaler Wertschöpfung und Nachhaltigkeit.

Seit mehreren Jahren investiert die HTG gezielt in klimafreundliche Mobilität und Digitalisierung:

In Kooperation mit NaturEnergieSharing bietet die HTG ein modernes E-Carsharing-Angebot für Gäste und Einheimische an.

Das Radwegenetz wurde in Zusammenarbeit mit den Kommunen ausgebaut, und an allen Tourist-Informationen stehen E-Bike-Ladestationen zur Verfügung.

Durch die Digitalisierung der Hochschwarzwald Card (seit 2022) konnten jährlich über 235.000 Plastikkarten eingespart werden.

Ergänzend werden Printmaterialien sukzessive reduziert und durch digitale Informationssysteme (App, Online-Gästemappe, interaktive Karten) ersetzt.

„Zukünftig wird es nicht mehr darauf ankommen, dass wir überall hinfahren können, sondern ob es sich lohnt, dort noch anzukommen.“

(Hermann Löns, 1908)

„Es kommt als Urlaubsregion nicht nur darauf an, bekannt zu sein, sondern vor allem begehrlich zu bleiben.“

(Patrick Schreib, Geschäftsführer der HTG)

Die HTG versteht Nachhaltigkeit als zentralen Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie und gestaltet die Tourismusentwicklung so, dass das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen gewahrt bleibt.

Dabei orientiert sie sich an einem integrativen Nachhaltigkeitsverständnis, das ökologisch vertretbar, ökonomisch tragfähig und sozial gerecht ist.

Nachhaltigkeit ist nicht nur Teil der Unternehmensstrategie, sondern fester Ankerpunkt des Markenkerns.

Durch die enge Zusammenarbeit mit Partnerbetrieben, Kommunen und regionalen Institutionen trägt die HTG aktiv dazu bei, den Hochschwarzwald als lebenswerte, zukunftsähnliche und klimafreundliche Tourismusregion weiterzuentwickeln.



Copyright: Hochschwarzwald Tourismus GmbH

1.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die Klimawin BW

2.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

2.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

2.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

2.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

2.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance**Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze**

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

2.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter: www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 27.12.2021

3.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	nein
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	nein	nein
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	nein
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	ja	ja
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	nein
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	nein
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	nein
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	nein
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	nein

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunkt-setzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	nein	nein

3.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Korken für Kork		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: nein	soziale Nachhaltigkeit: ja	
Art der Förderung		
finanziell: nein	materiell: ja	personell: nein

4. Unsere Schwerpunkt-themen

4.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.““

4.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Der Klimawandel ist die zentrale Herausforderung unserer Zeit – global wie auch regional im Hochschwarzwald spürbar. Als Tourismusdestination in einer sensiblen Mittelgebirgslandschaft sind wir unmittelbar von den Folgen steigender Temperaturen, veränderter Schneesicherheit und zunehmender Wetterextreme betroffen. Deshalb steht der Leitsatz 01 – Klimaschutz für uns an erster Stelle.

Wir verstehen Klimaschutz als grundlegende Zukunftsaufgabe und handeln entsprechend:

Unser Ziel ist es, die Emissionen unserer eigenen Organisation sowie der touristischen Wertschöpfungskette im Hochschwarzwald messbar zu reduzieren. Dabei setzen wir auf Energieeffizienz, Förderung klimafreundlicher Mobilität, nachhaltige Veranstaltungen und auf die aktive Einbindung unserer Partnerbetriebe.

Unser zweiter Schwerpunkt ist der Leitsatz 05 – Produktverantwortung. Wir betrachten den Hochschwarzwald und seine touristischen Angebote als ein gemeinsames Produkt, das wir mit und für die Region gestalten. Dieses Produkt steht in direkter Beziehung zu Natur, Landschaft und Kultur – und damit in besonderer Verantwortung.

Gerade weil Tourismus häufig im Spannungsfeld zwischen Nutzung und Schutz steht, sehen wir in der Produktverantwortung eine unserer größten Hebelwirkungen. Unser Anspruch ist es, Tourismus so umweltverträglich, sozial fair und ressourcenschonend wie möglich zu gestalten – von der Angebotsentwicklung bis zur Vermarktung.

Beide Schwerpunkte – Klimaschutz und Produktverantwortung – sind eng miteinander verknüpft. Nur wenn wir Verantwortung für unsere touristischen Produkte übernehmen, können wir den Klimaschutz wirksam voranbringen. Und nur durch konsequenter Klimaschutz bleibt der Hochschwarzwald langfristig das, was ihn ausmacht: ein authentischer, lebenswerter und zukunftsfähiger Natur- und Kulturraum.

4.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

4.3.1 Zielsetzung

Seit Januar 2022 dokumentieren wir systematisch alle Energie- und Verbrauchsdaten unserer Geschäftsstelle. Auf dieser Basis wurde erstmals für das Geschäftsjahr 2022 eine Treibhausgasbilanz nach den Standards des Greenhouse Gas Protocols (inklusive Scope 3) erstellt.

Diese Bilanz bildet die Grundlage für unser kontinuierliches Klimamanagement und dient der Identifikation von Einsparpotenzialen sowie der Priorisierung von Maßnahmen zur Emissionsreduktion.

Unsere Website wird bereits klimaneutral gehostet, und der Strombedarf der Geschäftsstelle wird vollständig durch Ökostrom aus zertifizierten erneuerbaren Energien gedeckt.

Für die Gebäudeheizung und Warmwasserbereitung wird derzeit noch eine Gastherme genutzt, die an das örtliche Erdgasnetz angeschlossen ist.

Im Rahmen unserer Klimastrategie prüfen wir aktuell Alternativen mit biogenem oder elektrifiziertem Wärmeeinsatz sowie eine schrittweise Umstellung auf erneuerbare Energieträger in den kommenden Jahren.

Das ursprünglich formulierte Ziel, bis 2024 Klimaneutralität zu erreichen, hat sich als zu ambitioniert erwiesen und wurde realistisch angepasst.

Statt einer kurzfristigen Kompensation liegt der Fokus nun auf der nachhaltigen Reduktion der Treibhausgasemissionen in allen drei Scopes.

Kompensationsmaßnahmen werden ergänzend durchgeführt, um unvermeidbare Emissionen auszugleichen.

Damit verfolgt die HTG konsequent den Weg zu einer langfristig treibhausgasreduzierten Organisation, die ihre Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft ernst nimmt und Emissionen wirksam an der Quelle reduziert.

4.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Weihnachtsmarkt in der Ravennaschlucht ist jährlich ein Green Event BW. Im Zuge dessen werden u. a. die Anreisen unserer Mitarbeiter zum Veranstaltungsort über die Klimaschutzstiftung BW kompensiert
- Weiterentwicklung Mobilität vor Ort. Wir befinden uns im Prozess zur Steigerung der Attraktivität für klimafreundlichere Mobilität bei uns in der Region.
- Durchführung von Kompensationsmaßnahmen für verbleibende, unvermeidbare Emissionen.

4.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Unsere Veranstaltungen werden Schritt für Schritt nach den Kriterien von Green Event BW ausgerichtet.

Als Pilotprojekt dient der Weihnachtsmarkt in der Ravennaschlucht, bei dem bereits zahlreiche Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt wurden – darunter Energieeffizienz,

Abfallvermeidung, Mehrwegkonzepte, regionale Wertschöpfung und nachhaltige Mobilität.

Die gewonnenen Erfahrungen aus dieser Veranstaltung werden sukzessive auf weitere Events übertragen.

Parallel arbeitet die HTG mit verschiedenen kommunalen und regionalen Partnern an der Transformation der Mobilität im Hochschwarzwald.

Zentrale Themen sind der Ausbau der E-Ladeinfrastruktur, die Weiterentwicklung des Carsharing-Angebots in Kooperation mit NaturEnergieSharing sowie die Planung eines On-Demand-Verkehrssystems zur flexiblen Anbindung von Gästebereichen und Ortsteilen.

Durch diese Maßnahmen wird der Hochschwarzwald schrittweise zu einer Destination entwickelt, die Klimaschutz, Besucherkomfort und regionale Wertschöpfung miteinander verbindet.

4.3.4 Indikatoren

Indikator 1: Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter

- 316kg/m²
- 220kg/m² bis 2028

Indikator 2: Carsharing Autos in der Region

- 6 Autos
- 12 Autos bis 2027

4.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1, 2 und 3 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangs- bilanz 2022	Aktuelles Geschäfts- jahr 2024	Verän- derung gegenüber Referenz- jahr	Zielsetzung und -erreichung		
				THG- Emissionen in t CO ₂ e	THG- Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e
Direkte THG- Emissionen Scope 1	639	544	-95	2028	-25%	14%
Indirekte THG- Emissionen Scope 2	0	0	0	-	0	-

Erfassungsbereiche	Ausgangs- bilanz 2022	Aktuelles Geschäfts- jahr 2024	Verän- derung gegenüber Referenz- jahr	Zielsetzung und -erreichung		
	THG- Emissionen in t CO ₂ e	THG- Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e	Zieljahr	Reduk- tionsziel	Ziel- erreichung in %
Indirekte THG- Emissionen Scope 3	228	236	+8	2030	+3%	-

4.3.6 Ausblick

Ein wesentlicher Anteil der Emissionen im Tourismus entsteht durch die Mobilität – sowohl bei der An- und Abreise der Gäste als auch durch die Fortbewegung innerhalb der Region.

Während die Anreise nur begrenzt beeinflussbar ist, bestehen im Bereich der Mobilität vor Ort deutliche Gestaltungsspielräume.

Deshalb liegt der Fokus der kommenden Jahre auf dem Ausbau klimafreundlicher Mobilitätslösungen im Hochschwarzwald.

Geplant sind der weitere Ausbau des E-Carsharing-Angebots, die Verbesserung der Ladeinfrastruktur, die Integration von On-Demand-Verkehrssystemen und die bessere Verknüpfung von ÖPNV, Rad- und Fußverkehr.

Damit sollen Emissionen reduziert und gleichzeitig attraktive, alltagstaugliche Alternativen zum privaten Pkw geschaffen werden – sowohl für Gäste als auch für Einheimische.

Aufgrund der Größe und Vielschichtigkeit der Destination erfordert dieser Transformationsprozess eine enge Abstimmung zwischen zahlreichen Akteuren aus Kommunen, Betrieben, Verkehrsträgern und Verwaltung.

Der Wandel hin zu einer klimafreundlichen Mobilität ist daher als langfristiger, kontinuierlicher Prozess angelegt, der schrittweise umgesetzt wird und eine dauerhafte Zusammenarbeit aller Partner voraussetzt.

4.4 Leitsatz 05 – Produktverantwortung

4.4.1 Zielsetzung

Unser Ziel ist es, die Produktverantwortung im Tourismus des Hochschwarzwalds weiter zu stärken und nachhaltige Angebote als festen Bestandteil unseres Destinationsprofils zu verankern.

Bereits heute fördern und kommunizieren wir nachhaltige touristische Angebote, wie den gemeinsam mit dem Naturpark Südschwarzwald entwickelten Voluntourismus.

Dieses Programm ermöglicht es Gästen, ihre Reise mit sinnstiftenden Naturschutzaktivitäten – etwa der Pflege von Auerwild-Biotopen – zu verbinden und damit aktiv zum Erhalt der Landschaft beizutragen.

Darüber hinaus organisieren wir jährlich die „Walddputzete“, bei der Wege und Waldränder von Abfällen befreit und das Umweltbewusstsein in der Bevölkerung gestärkt werden.

Künftig soll der Fokus verstärkt auf der regionalen Wertschöpfung liegen.

Produkte und Dienstleistungen, die in der Region entwickelt oder hergestellt werden, erfüllen bereits heute hohe gesetzliche Standards und gehen in vielen Fällen darüber hinaus.

Wir möchten diese Qualität sichtbar machen und so die Verantwortung für nachhaltiges Wirtschaften, kurze Lieferketten und faire Produktionsbedingungen in den Vordergrund rücken.

Ziel ist es, die touristischen Angebote des Hochschwarzwalds so zu gestalten, dass sie ökologisch verträglich, sozial gerecht und ökonomisch sinnvoll sind – und damit den Hochschwarzwald als Vorbildregion für verantwortungsbewussten Tourismus weiter profilieren.

4.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- Entwicklung und laufende Durchführung des Voluntourismus-Angebots in Kooperation mit dem Naturpark Südschwarzwald (Pflegeeinsätze z. B. im Auerwild-Biotop).
- Organisation der jährlichen „Walddputzete“ zur Reinigung von Wanderwegen und Waldrändern sowie zur Sensibilisierung von Gästen und Einheimischen.
- Bewerbung nachhaltiger Freizeit- und Naturangebote auf der HTG-Webseite, in der Hochschwarzwald-App und in Printmaterialien.
- Stärkere Integration von regionalen Produzenten und Dienstleistern in touristische Erlebnisse (z. B. Naturparkwirte, Manufakturen, Handwerksbetriebe).
- Kennzeichnung und Kommunikation von zertifizierten Partnerbetrieben (z. B. TourCert, GreenSign) im Buchungssystem und in der Vermarktung.
- Entwicklung von Kooperationen mit regionalen Wertschöpfungspartnern, um nachhaltige Produkte sichtbarer zu machen (z. B. Souvenirs, Gastronomie, Handwerk).
- Umsetzung von Abfallvermeidungsmaßnahmen bei touristischen Veranstaltungen und Partnerbetrieben (Mehrweg, Refill-Systeme, Ressourcenschonung).
- Förderung der Bewusstseinsbildung bei Gästen durch Kommunikation zu nachhaltigem Konsum und regionaler Produktqualität.
- Beteiligung an regionalen Netzwerken und Initiativen zur Förderung von Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft im Tourismus.

- Interne Abstimmung zu nachhaltigen Beschaffungskriterien für Materialien, Werbemittel und Bürobedarf der HTG.

4.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Mit der Initiative „Next Generation“, einem Netzwerk junger Köchinnen und Köche aus dem Hochschwarzwald, wurde ein wichtiger Schritt zur Förderung nachhaltiger Regionalität in der Gastronomie umgesetzt.

Das Netzwerk steht für kreative, verantwortungsvolle Kulinistik mit regionalen Produkten und kurzen Lieferketten und zeigt, wie Produktverantwortung im Alltag gelebt werden kann.

Darüber hinaus wurde die Gründung eines neuen regionalen Netzwerks mit den „Local Heroes“ initiiert.

Hierbei handelt es sich um engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer aus unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen des Hochschwarzwalds, die gemeinsam an einer stärkeren regionalen Wertschöpfung und nachhaltigen Produktentwicklung arbeiten. Zwei vorbereitende Treffen mit potenziellen Teilnehmenden haben bereits stattgefunden und stießen auf großes Interesse.

Ziel dieses Netzwerks ist es, Regionalität, Ressourcenschonung und Kreislaufwirtschaft als verbindende Prinzipien in der touristischen Wertschöpfungskette zu verankern.

Zukünftig sollen regelmäßig Veranstaltungen und Formate stattfinden, die gezielt auf diesen Schwerpunkt einzahlen – etwa Produzentenmärkte, Fachforen oder gemeinsame Aktionen zur Sichtbarkeit regionaler Produkte.

Diese Entwicklungen zeigen, dass Nachhaltigkeit und Produktverantwortung im Hochschwarzwald zunehmend gemeinschaftlich und branchenübergreifend gedacht und umgesetzt werden.

4.4.4 Indikatoren

Indikator 1: Veranstaltung pro Jahr, die auf diesen Schwerpunkt einzahlen

- 4 pro Jahr
- 6 pro Jahr bis 2028

Indikator 2: Verwendung regionaler Produkte

- 23% aus dem Hochschwarzwald
- 30% bis zum Jahr 2025

4.4.5 Ausblick

Der Schwerpunkt Produktverantwortung bleibt ein zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Wir sehen darin ein großes Potenzial, um die touristische Wertschöpfung im Hochschwarzwald langfristig regional, ressourcenschonend und identitätsstiftend zu gestalten.

In den kommenden Jahren wollen wir die begonnene Arbeit konsequent fortsetzen und weiter vertiefen.

Dazu gehört der Ausbau des Netzwerks „Local Heroes“ als branchenübergreifende Plattform für Unternehmen, Produzent:innen und Gastgeber:innen, die Verantwortung für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen übernehmen.

Ziel ist es, die Kooperation zwischen Tourismus, Handwerk, Landwirtschaft und regionaler Produktion zu stärken und so geschlossene regionale Kreisläufe zu fördern.

Darüber hinaus soll die Kommunikation regionaler Produkte und nachhaltiger Angebote in der Vermarktung des Hochschwarzwalds noch sichtbarer werden – etwa durch gezielte Themenkampagnen, Veranstaltungen und die Einbindung in bestehende Formate wie den „Heimatmarkt“.

Auch die Zusammenarbeit mit bestehenden Partnernetzwerken (z. B. Naturparkwirte, TourCert-zertifizierte Betriebe) wird fortgeführt, um Synergien zwischen Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit weiter auszubauen.

Langfristig soll sich der Hochschwarzwald als Modellregion für verantwortungsvollen Tourismus und faire Wertschöpfung positionieren – mit Produkten, die nicht nur attraktiv, sondern auch ökologisch, sozial und wirtschaftlich sinnvoll sind.

5. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	<ul style="list-style-type: none"> Transformationsworkshop gemeinsam mit dem Landkreis durchführen Sandsäcke für Hochwasser lagern 	<ul style="list-style-type: none"> Ausarbeitung des Transformationsworkshops bis November 2027 	<ul style="list-style-type: none"> Im November 2027 soll der Transformationsworkshop stattfinden 	<ul style="list-style-type: none"> Zukünftig werden vermehrt Maßnahmen zur Klimaanpassung durchgeführt. Dies vor allem in Abstimmung mit den Gemeinden in unserer Region
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> Der Wasserverbrauch soll gesenkt werden Der Papierverbrauch soll gesenkt werden Aktive Kommunikation der Aktivitäten zur Nachhaltigkeit über die Kanäle der HTG 	<ul style="list-style-type: none"> Perlatoren in den Toiletten in der Geschäftsstelle Sukzessive Digitalisierung der Printprodukte 	<ul style="list-style-type: none"> Die Aktivitäten in Bezug auf die nachhaltige Entwicklung werden kontinuierlich kommuniziert 	<ul style="list-style-type: none"> Zukünftig soll vermehrt auf das Thema Kreislaufwirtschaft geachtet werden
Leitsatz 04 – Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> Insektenhäuser und Wildblumenwiesen installieren 	<ul style="list-style-type: none"> Bisher wurden noch keine Aktivitäten dahingehend durchgeführt 	<ul style="list-style-type: none"> Partnerschaft mit dem Naturpark Südschwarzwald wird ausgebaut 	<ul style="list-style-type: none"> Unsere Wälder sollen zukünftig in den Fokus bei der Maßnahmenentwicklung rücken
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	<ul style="list-style-type: none"> In Zukunft sollen vermehrt Projekte zur Inklusion von Menschen mit Behinderung in den Arbeitsalltag vorangetrieben werden 	<ul style="list-style-type: none"> Bisher wurden in diesem Bereich keine Aktivitäten durchgeführt 	<ul style="list-style-type: none"> Dieses Themenfeld kristallisiert sich als zunehmende schwer zu bearbeiten heraus 	-
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<ul style="list-style-type: none"> Förderung der Mitarbeitergesundheit durch 	<ul style="list-style-type: none"> Mehrere Angebote für die Mitarbeitenden, wie 	<ul style="list-style-type: none"> Die Angebote werden kontinuierlich 	<ul style="list-style-type: none"> Das Mitarbeiterwohlbefinden soll weiter

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	<p>Gesundheitsangebote</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Luftschadstoffe und die Lärmbelästigung im Hochschwarzwald sollen kontinuierlich gesenkt werden ▪ Dem Fachkräftemangel durch familienfreundliche Arbeits- und Rahmenbedingungen im Tourismus begegnen 	Hanseobst und Hansefit	vorgestellt und sporadisch angenommen	gesteigert werden
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausarbeitung einer Nachhaltigkeitsstrategie, die von allen Anspruchsgruppen getragen wird ▪ Systematische Organisationsstruktur, um regelmäßige Projekt spezifische Treffen mit Stakeholdern zu organisieren und koordinieren ▪ Die Gesundheitsangebote für touristische Zwecke sollen ausgebaut werden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In Anlehnung an den Sustainable Development Goals wurde eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt ▪ Kontinuierliche Initiierung von Treffen mit den Stakeholdern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Nachhaltigkeitsstrategie wird kontinuierlich weiterentwickelt und umgesetzt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Strategie wird sich zukünftig voraussichtlich an den CSRD-Richtlinien orientieren
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alle Arbeitsplätze sollen trotz der ange spannten Coronasituation und steuerlicher 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prozesse hinsichtlich Kosten effizienz weiter steigern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bisher konnten alle Arbeitsplätze volumn fänglich erhalten bleiben 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Hochschwarzwald und dabei vor allem die Tourismusinformationen sollen sukzessive digitalisiert

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	Nachforderungen erhalten bleiben			werden, sodass die Arbeit für unsere Mitarbeiter erleichtert wird und die Organisation grundsätzlich umstrukturiert werden kann. Dabei sollen keine Arbeitsplätze verloren gehen.
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wir wollen die Direktvermarkter in der Region weiter fördern ▪ Wir wollen vermehrt exklusive Hochschwarzwald Erlebnisse anbieten. Dadurch soll die Wertschöpfung auch vermehrt in der Region gehalten werden ▪ Stärken des Bewusstseins für den nachhaltigen Tourismus bei Jugendlichen in der Region 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Waldsupermarkt mit regionalen Produkten durchgeführt ▪ Weihnachtsmarkt in der Ravennaschlucht mit überwiegend regionalen Standbesuchern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weitere Projekte/Veranstaltungen sollen initiiert werden, die auf den regionalen Mehrwert einzahlen 	-
Leitsatz 11 – Transparenz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es soll weiterhin an der Transparenz gearbeitet werden ▪ Treibhausgasbilanz kontinuierlich verfeinern und Datengrundlage verbessern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Berechnungsmethode für die Treibhausgasbilanzierung wird weiter angepasst 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neben den Treibhausgasemissionen soll die Kreislaufwirtschaft ebenfalls messbar gemacht werden 	-

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<ul style="list-style-type: none"> Wir fördern nachhaltige innovative Projekte, wie dem Klimaneutralen Tourismus im Hochschwarzwald Der Nachhaltigkeitsbeauftragte ist kontinuierlich auf der Suche nach neuen nachhaltigen Innovationen 	<ul style="list-style-type: none"> Das Projekt „Klimaneutraler Tourismus im Hochschwarzwald“ wurde erfolgreich durchgeführt Klimafit BW-Konvois in Kooperation mit dem Naturpark Südschwarzwald wurden und werden durchgeführt 	<ul style="list-style-type: none"> Es fehlt nach Einreichung des Abschlussberichtes beim Umweltministerium BW weiterhin ein Feedback und eine Erörterung zur Weiterentwicklung des Projektes 	<ul style="list-style-type: none"> Weitere Projekte sollen initiiert werden.

6. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

6.1 Das Projekt

Wir unterstützen das Projekt Korken für Kork der Diakonie Kehl-Kork. Die Diakonie Kork ist eine Einrichtung mit 1.100 Betten und Plätzen für epilepsiekranke Menschen, die häufig zusätzliche Beeinträchtigungen haben. In Fachkliniken, Wohnangeboten, einer Sonderschule, den Hanauerland Werkstätten und Offenen Hilfen setzen sich rund 1.250 Mitarbeitende für eine bedarfsgerechte Diagnostik, Therapie, Versorgung und Begleitung ein. Teil der Einrichtung ist auch die Ev. Fachschule für Heilerziehungspflege. Der Verkauf der Korken erfolgt an langjährige Partner, welche eine Wiederverwertung garantieren.



6.2 Art und Umfang der Unterstützung

In allen 21 Touristinformationen des Hochschwarzwaldes befindet sich ab dem Januar 2022 eine Korkensammelstelle. Dadurch können Korken kostenlos abgegeben werden. Sobald genügend Kork gesammelt wurde, werden diese von der Diakonie abgeholt. Die Diakonie verkauft den recycelten Rohstoff im Anschluss.

Umfang der Förderung: 40h und Korkenspende

6.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Bisher konnten rund 10m³ an Korken über unsere Sammelstellen gesammelt werden. Die erste Auslieferung fand im Sommer 2025 stand.

6.4 Ausblick

Wir halten weiterhin an diesem Projekt fest.



Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Hochschwarzwald Tourismus GmbH
Freiburger Straße 1
79856 Hinterzarten
Telefon: +49 (0) 7652 - 1206 0
Fax: 0 76 52 - 12 06 89219
E-Mail: info@hochschwarzwald.de
Internet: [Urlaub im Hochschwarzwald](http://Urlaub-im-Hochschwarzwald.de) | Offizieller Reiseführer

Ansprechperson

Fabian Wiesler

Stand

01.11.2025