

Anlagenkonvolut

zum Wortprotokoll der 70. Sitzung des Parlamentarischen Beirates für nachhaltige
Entwicklung am 03.07.2024

Nachhaltigkeitsbeirat Deutscher Bundestag am 03. Juli 2024

Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie

Maximilian Hillmeier, Tourismusdirektor in Bad Hindelang, Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen.

Der **Markt Bad Hindelang** in den Allgäuer Hochalpen ist eine erfolgreiche Tourismusgemeinde mit einer Gemeindefläche von rund 140 km² und 6 Ortsteilen, die sich in Höhenlagen zwischen 800 m und 1.200 m befinden. Die Gemeinde hat 5.200 Einwohnern und jährlich rund 1 Mio. Übernachtungen. Insgesamt 80% der Gemeindefläche sind Landschaft- oder Naturschutzgebiet, das Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“ ist mit 21.000 ha das zweitgrößte Naturschutzgebiet Bayerns. Das Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“ mit Oberstdorf, Sonthofen und Bad Hindelang (EMMI-MOBIL) ist zudem Partner der Kooperation Fahrtziel Natur (BUND, NABU, VCD und Deutsche Bahn).

Mit dem Lebensraumkonzept angefangen hat alles Ende 2018. Damals machten wir uns Gedanken, ein neues Tourismuskonzept anzugehen. Sehr schnell wurde deutlich, dass ein reines Tourismuskonzept keine Akzeptanz in der Bevölkerung finden würde. Auch standen der zunehmende Tagestourismus und der zunehmende Individualverkehr immer mehr in der Kritik. Zukünftig sollten der Lebensraum und die Werte der Einheimischen im Vordergrund stehen. Darin integrieren sollte sich der Tourismus – und nicht umgekehrt.

So entschied der Marktgemeinderat Anfang 2019, den Prozess für ein **Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie** anzugehen. Oberste Prämisse war die **Partizipation der Bürger**.

Ein erster Schritt, um zu erfahren, wo einerseits der Schuh drückt und wo andererseits unsere Stärken liegen, war eine groß angelegte **Markenumfrage**. Daran beteiligten sich rund 2.000 Einheimische und etwa 1.500 Gäste – also insgesamt beachtenswerte 3.500 Personen.

Wesentliche **Themenfelder**, die sich aus dieser Markenumfrage ergaben, waren:

- die Förderung einer starken Gemeinschaft,
- die Stärkung unserer Familienbetriebe und der Regionalwirtschaft,
- ein natur- und sozialverträglicher Tourismus,
- die Reduzierung des Individual- und Parksuchverkehrs sowie die Schaffung neuer innovativer Mobilitätslösungen,
- die Stärkung unserer Infrastruktur samt Anpassung an den Klimawandel,
- Wohnraum für Einheimische,
- die Reduzierung von Leerständen und
- das Ziel einer energieautarken Gemeinde.

Im Anschluss an die Markenumfrage und nachdem bereits diverse Arbeitsgruppen selbstständig zu den verschiedenen Themen getagt hatten, fand im Herbst 2019 die finale zweitägige Zukunftswerkstatt mit insgesamt 64 Bürgern statt. Wichtig dabei ist, dass an dieser zweitägigen Abschlussveranstaltung zum Lebensraumkonzept keine Bürgermeisterin und auch keine Vertreter des Marktgemeinderates oder der Verwaltung teilgenommen haben. Es wurden allein jeweils acht Bürgerinnen und Bürger zu acht Lebensbereichen, also insgesamt 64 Teilnehmer, geladen. Dabei haben die Gruppen ihre Vertreter aus den acht Bereichen „Land und Alpwirtschaft“, „Tourismus“, „Handwerk und Einzelhandel“, „Infrastruktur“, „Vereine“, „Jung und Alt“, „Bürger, Mieter und Zweitwohnungsbesitzer“ sowie „Visionäre“ jeweils selbst bestimmt. Die Gemeinde nahm auf die Besetzung der acht Thementische keinen Einfluss, so dass größtmögliche Objektivität und Transparenz sowie bestmögliche Partizipation gegeben war.

Somit hatte das Ergebnis aus der Zukunftswerkstatt eine ganz andere Tragfähigkeit, Akzeptanz und Verbindlichkeit für die Zukunft. Nach der Zukunftswerkstatt und der Fertigstellung des Lebensraumkonzeptes „Unser Bad Hindelang 2030“ erfolgten im November und Dezember die Sitzungen mit dem Tourismusbeirat, um die zukünftige Tourismusstrategie in das Lebensraumkonzept zu integrieren.

Die neue Tourismusstrategie sollte vor allem die Suche nach tiefer gehenden Erlebnissen, Regionalität und Authentizität sowie den neuen Luxus in Form von Zeit, Natur und Raum abbilden.

Insofern wurden dabei folgende **touristische Spitzenleistungen** identifiziert:

- Unsere intakte alpine Kulturlandschaft und das Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“.
- Bad Hindelang als einer der Orte mit der besten Luft weltweit – wie die Weltgesundheitsorganisation WHO festgestellt hat.
- Bestes Familienskigebiet in den bayerischen Alpen.
- Die starke Integration zwischen Berglandwirtschaft, Tourismus und Handwerk.
- Unser Leitprodukt, die „Bad Hindelang PLUS-Karte“.

Im Ergebnis beteiligten sich am Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie 250 Bürgerinnen und Bürger. Das „**Ökomodell Hindelang**“ und das **Immaterielle Kulturerbe der „Hochalpinen Alpwirtschaft“** wurden als oberste Prämisse für den Lebens- und Urlaubsraum Bad Hindelang festgelegt.

Ein kurzer Exkurs: Das „Ökomodell Hindelang“ wird vom Verein „Hindelang - Natur & Kultur“ getragen. Alle 60 Bergbauern bewirtschaften ihre sämtlichen Flächen in allen sechs Ortsteilen unserer Gemeinde äußerst naturnah durch den Verzicht auf Herbizide und Pestizide sowie Kunstdünger. Darüber hinaus hat Bad Hindelang 46 Alpen und ist mit einem Flächenanteil von 56 % Deutschlands alpflächenreichste Kommune. Bergbauern und Älpler nutzen, aber übernutzen die Natur nicht, so dass sich die Natur jeweils selbst regenerieren kann.

So ist das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie heute unser roter Faden für politische und touristische Entscheidungen.

Folgend eine **Zwischenbilanz nach fünf Jahren**:

Aufgrund des großen geschlossenen ökologischen Engagements der Bergbauern stockte der Marktgemeinderat seine Unterstützung für den Verein „Hindelang – Natur & Kultur“ von bisher 70.000 € auf 120.000 € auf. Zudem wurden unter Federführung unseres Zweiten Bürgermeisters Eric Enders und den hiesigen Metzgereien reine Hindelanger Wurst- und Fleischprodukte kreiert und in die touristische Leistungskette aufgenommen. Dadurch werden die kleinbäuerlichen Bergbauernbetriebe gestärkt - eine starke Integration zwischen den Bergbauern, den hiesigen Metzgern und den touristischen Betrieben.

„Jugend entscheidet“: Ein wichtiges sowie ortsteilverbindendes Projekt, das auch die Infrastruktur in Zeiten des Klimawandels stärkt, ist unser neuer **Pumptrack**, entstanden im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs der Hertie-Stiftung „Jugend entscheidet“. Bad Hindelang wurde als eine von nur zwei bayerischen Kommunen ausgesucht, um einen kommunalen Prozess anzustoßen, bei dem jugendliche Perspektiven in das kommunale Handeln mit einbezogen werden und eine für die Jugendlichen relevante kommunale Entscheidung treffen durften. Im Ergebnis wurde beschlossen, einen mit öffentlichen Geldern geförderter Mehrgenerationensportplatz in Form eines Pumptracks, der ganzjährig genutzt werden kann, zu verwirklichen. Dieser konnte dank der inhaltlichen Unterstützung der Hertie-Stiftung und der finanziellen Unterstützung der Regionalentwicklung Oberallgäu Anfang Oktober 2023 eingeweiht werden.

Zum nächsten **Schwerpunkt „Gesundheit“:** Bad Hindelang ist einer der Orte mit der besten Luft weltweit. Dazu kommt die mental positive Wirkung unserer grünen Landschaft zur Regeneration des seelischen Gleichgewichts. Deswegen betreibt Bad Hindelang ein sehr intensives Gesundheitsmanagement.

Seit 2022 sind wir **„Reallabor“ der Universität Augsburg** in Zusammenarbeit mit einer der führenden Umweltmedizinerinnen in Deutschland, Frau Prof. Dr. Claudia Traidl-Hoffmann. In Bad Hindelang werden die positiven Auswirkungen auf Allergien und Umweltkrankheiten anhand unserer gesunden Umwelt und reinen Luft untersucht. Besonders nach Corona und in Zeiten des zunehmenden Klimawandels werden eine gute Luft, Freiraum und eine gesunde Umwelt immer wichtiger. Deswegen betreibt bei uns das Bayerische Landesamt für Umwelt (LfU) auch bereits seit 2010 eine Luftgütemessstation. In Bad Hindelang geht die Schadstoffbelastung gegen null, was neben der extremen Pollen- und Hausstaubmilbenarmut ein weiterer Grund dafür ist, dass Bad Hindelang als „qualitätsgeprüfter Kurort für Allergiker“ schon seit langem als Rettungsinsel für Allergiker bekannt ist.

Zur **Besucherlenkung:** Im Rahmen der Landschaftspflege- und Naturparkrichtlinie (LNPR) des bayerischen Staates wurde uns nach intensiver Vorarbeit zusammen mit Grundstückseigentümern, den Alpbetreibern sowie mit Jagd und Forst erst kürzlich ein Förderprojekt genehmigt. Darin sollen im Naturschutzgebiet Naturscouts eingesetzt werden, die die Besucher informieren, sensibilisieren, aber auch sanktionieren. Mäandernde Wege sollen gefasst und Wege in besonders sensiblen Bereichen auch aufgelassen werden können. Zudem soll über digitale Maßnahmen und Pushnachrichten der Besucher im Naturschutzgebiet Allgäuer Hochalpen auf Verhaltensweisen, Gebote und Verbote hingewiesen werden.

Mobilität: Das Lebensraumkonzept „Unser Bad Hindelang 2030“ hatte es klar ergeben: Die Bad Hindelanger wünschen sich die Reduzierung des Individualverkehrs zum Schutz von Klima, Luft und Natur und zur Steigerung der Lebens- und Urlaubsqualität. Die Lösung: innovative Ideen für den ÖPNV und intelligente Konzepte für die Parkraumbewirtschaftung. Im Dezember 2021 starteten wir daher EMMI-MOBIL – Emissionsfrei, Miteinander, Individuell: EMMI-MOBIL fährt vollkommen bedarfs- und routenoptimiert und schließt die „letzte Meile“. Mit unzähligen virtuellen Haltestellen sind Einwohner und Urlaubsgäste quasi ab der Haustüre mobil, und zwar mit der EMMI-MOBIL-App genau dann, wenn die Mobilität gebraucht wird. Mit der elektronischen Bad Hindelanger Gäste- oder Bürgerkarte sind sowohl EMMI-MOBIL als auch der ÖPNV kostenlos. Neben der Mobilität haben wir auch die Parkraumbewirtschaftung durch ein Parkleitsystem, differenzierte Parkgebühren, eine Parkgebührenstaffelung sowie Parkzeitbeschränkungen umgesetzt. Der Wegfall des freien Parkens auf Gästekarte zur Unterstützung von ÖPNV und EMMI-MOBIL war zudem ein wichtiger Schritt zur Entlastung der Parkplätze und zur Förderung der öffentlichen Mobilität. Wichtig ist uns vor allem, dass wir Anreize schaffen, mit der Bahn anzureisen, da der größte CO₂-Ausstoß bei An- und Abreise stattfindet.

Bad Hindelang PLUS: Bad Hindelang ist Lebensraum. Für Bürger auf Dauer, für unsere Gäste auf Zeit. Bereits seit 2020 gibt es unser Leitprodukt, die „Bad Hindelang PLUS-Karte“: Auf der Bad Hindelang PLUS-Karte sind ursprünglich 20 Infrastrukturleistungen aus den Bereichen Bergbahnen, ÖPNV, Bäder und Freizeit inkludiert. Zum zehnjährigen Jubiläum kamen dann ab Juni 2020 25 neue kostenlose Erlebnisleistungen aus den Bereichen Natur und Kultur, Tradition, Sport und Kulinarik mit dazu. Die Erlebnisse sind ein Angebot von Menschen für Menschen:

Einheimische nehmen Gäste frühmorgens mit zu Sonnenaufgangswanderungen, pflanzen mit ihnen Bäume oder erläutern wie man auf der Alpe lebt und arbeitet. Alp- und Landwirte, Bergführer und Förster, Köche oder Musiker zeigen, wie man Butter und Käse herstellt und daraus unsere leckeren Kässpätzchen zubereitet, ein Alphorn bläst oder wie einst nach alter Väter Sitte mit der Sense Allgäuer Buckelwiesen gemäht wurden.

Diese Erlebnisse geben unserem Tourismus eine ganz andere Erdung und bedeuten eine sehr starke Integration zwischen Einheimischen und Gästen.

Bereits im Jahr 2013 hat sich der Bad Hindelanger Marktgemeinderat für das Ziel der CO₂ Neutralität bis zum Jahr 2030 ausgesprochen. Schon heute erzeugen wir in Bad Hindelang rechnerisch rund **95 Prozent des Strombedarfs regenerativ**, überwiegend aus Wasserkraft - darauf sind wir stolz. Bei der Wärme gibt es Nachholbedarf – fast die Hälfte wird noch mit Öl erzeugt. Daher haben wir das Institut für Energietechnik der OTH Amberg-Weiden nun einen Energienutzungsplan für unsere Gemeinde aufstellen lassen, um eine Datengrundlage für ein ganzheitliches Energiekonzept zu schaffen. Auf Basis des Energienutzungsplans können wir, wie im neuen Gebäudeenergiegesetz vorgesehen, eine kommunale Wärmeplanung erarbeiten, um unserem Ziel einer Energieautarken Gemeinde wieder einen Schritt näher zu kommen.



Viele wesentliche Projekte wurden bereits im Rahmen des Lebensraumkonzeptes „Unser Bad Hindelang 2030“ mit integrierter Tourismusstrategie umgesetzt und angepackt. Aber natürlich gibt es viele noch zu bearbeitenden Themen wie z. B. die Einheimischenbebauung oder Leerstände im Ort.

Aber wir haben schon viel erreicht, um Bad Hindelang für Einwohner und Gäste als das zu etablieren, was die Markenumfrage als **Markenessenz** ergeben hat:

Bad Hindelang ist ein geschützter Naturraum in den Allgäuer Hochalpen mit attraktiven Bergdörfern, wo Land- und Alpwirtschaft, Brauchtum und Handwerk ursprünglich und innovativ gelebt werden, ein Naturraum, der einen reichhaltigen Nährboden für Kreativität und Weiterentwicklung bietet und wo es sich seelenruhig, gesund und frei atmen, aktiv leben und urlauben lässt.

Marktgemeinde Bad Hindelang
Erste Bürgermeisterin Dr. Sabine Rödel
Tel.: 08324 892 201
buergermeister@badhindelang.de
Bad Hindelang Tourismus
Tourismusedirektor Maximilian Hillmeier
Tel. 08324 892 401
max.hillmeier@badhindelang.de

„UNSER BAD HINDELANG 2030 – WIE GÄSTE ZU EINHEIMISCHEN AUF ZEIT WERDEN“

Nachhaltigkeitsbeirat Deutscher Bundestag

am 03. Juli 2024

Tourismusdirektor Maximilian Hillmeier



**»Bad Hindelang ist
Lebensraum. Für Bürger
auf Dauer, für unsere
Gäste auf Zeit.**

THEMENFELDER AUS DER MARKENUMFRAGE

- » Die Förderung einer starken Gemeinschaft
- » Die Stärkung unserer Familienbetriebe und der Regionalwirtschaft
- » Ein natur- und sozialverträglicher Tourismus
- » Die Stärkung unserer Infrastruktur samt Anpassung an den Klimawandel
- » Die Reduzierung des Individual- und Parksuchverkehrs und die Schaffung neuer innovativer Mobilitätslösungen
- » Das Ziel einer klimaneutralen Gemeinde
- » Wohnraum für Einheimische
- » Die Reduzierung von Leerständen

ZUKUNFTSWERKSTATT 8X8

Bürger

**Land &
Alpwirtschaft**

Tourismus

**Handwerk &
Einzelhandel**

Infrastruktur

Vereine

Jung & Alt

Visionäre

TOURISTISCHE SPITZENLEISTUNGEN

- » Die starke Integration zwischen Berglandwirtschaft, Tourismus und Handwerk
- » Unsere intakte alpine Kulturlandschaft und das Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“
- » Bad Hindelang ist laut der Weltgesundheitsorganisation WHO einer der Orte mit der besten Luft weltweit
- » Bestes Familienskigebiet in den bayerischen Alpen
- » Unser Leitprodukt, die „Bad Hindelang PLUS-Karte“



BAD
HINDELANG

„ÖKOMODELL HINDELANG“

» Alle 60 Bergbauern im Verein „Hindelang – Natur & Kultur“ bewirtschaften ihre sämtlichen Flächen in allen sechs Ortsteilen unserer Gemeinde äußerst naturnah durch den Verzicht auf Herbizide und Pestizide sowie Kunstdünger.





IMMATERIELLES KULTURERBE „HOCHALPINE ALPWIRTSCHAFT“

- » Bad Hindelang hat 46 Alpen und ist mit einem Flächenanteil von 56 % Deutschlands alpflächenreichste Kommune.
- » 80% der Bad Hindelanger Gemeindefläche sind Landschafts- oder Naturschutzgebiet





**HINDE
LANG**
BAD

„JUGEND ENTSCHEIDET“



GESUNDE UMWELT

- » Bad Hindelang ist einer der Orte mit der besten Luft weltweit.
- » Positive Wirkung unserer grünen Landschaft zur Regeneration des seelischen Immunsystems.





**BAD
HINDE
LANG**

BESUCHERLENKUNG

- » Im Naturschutzgebiet „Allgäuer Hochalpen“
- » Zum Schutz von Wild, Wald und Natur

MOBILITÄT / EMMI-MOBIL

- » EMMI-MOBIL – Emissionsfrei, Miteinander, Individuell - fährt vollkommen bedarfs- und routenoptimiert und schließt die „letzte Meile“.
- » Mit unzähligen virtuellen Haltestellen sind Einwohner und Urlaubsgäste mit der EMMI-MOBIL-App ab der Haustür mobil.
- » Mit der elektronischen Bad Hindelanger Gäste- oder Bürgerkarte sind sowohl EMMI-MOBIL als auch der ÖPNV kostenlos.



BAD HINDELANG PLUS-KARTE



- » Start 2010 mit 20 inklusiven Infrastrukturleistungen aus den Bereichen Bergbahnen, ÖPNV, Bäder und Freizeit. Seit 2020 mit 25 neuen kostenlosen Erlebnisleistungen aus den Bereichen Natur und Kultur, Tradition, Sport und Kulinarik.
- » Die Erlebnisse sind ein Angebot von Menschen für Menschen.







Markt Bad Hindelang / Bad Hindelang Tourismus

Unterer Buigenweg 2 | D-87541 Bad Hindelang

T +49 (0) 8324 8920 | F +49 (0) 8324 89210

E info@badhindelang.de | www.badhindelang.de



Deutscher Bundestag
Parlamentarischer Beirat für
nachhaltige Entwicklung

Ausschussdrucksache
20(26)126

Tourismus: Treiber für Wohlstand und Entwicklung

Thomas Ellerbeck,
Mitglied des Group Executive Committee & Chief Sustainability Officer



130 Flugzeuge



65.000 Mitarbeitende

Mehr als 180 Destinationen

20,7 Mrd. Euro Umsatz in 2023



Erlebnisse



17 Kreuzfahrtschiffe

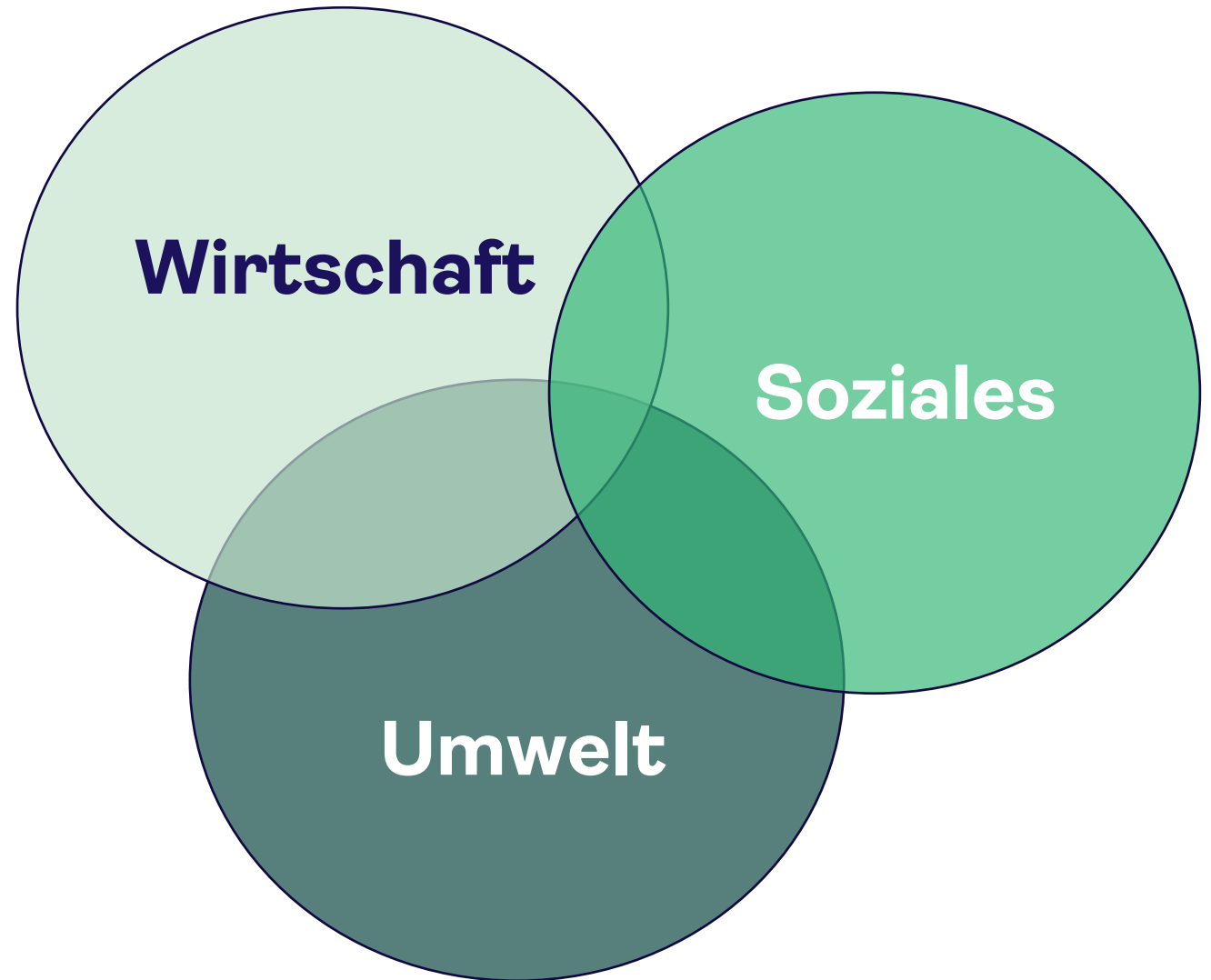


**Mehr als 420 Häuser der
TUI Hotelmarken**

Dimensionen der Nachhaltigkeit

„Dauerhafte Entwicklung ist eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“

Definition von Nachhaltigkeit im Brundtland-Bericht der Vereinten Nationen, 1987



Herausforderung: Stärkung positiver Auswirkungen und Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks

Fördert Toleranz, Frieden und internationales Verständnis

Fördert Diversity & Inklusion

Ermöglicht Bildung

Lindert Armut

Trägt zur Erhöhung sozialer und Umweltstandards bei

Tourism: A Force for Good

Schafft Arbeitsplätze

Fördert Innovationen und Unternehmensgründungen

Beiträge zum Umweltschutz

In vielen Destinationen Haupttreiber für Entwicklung und Wohlstand

Emissionen

Müll

Energieverbrauch

Tourismus hinterlässt Fußabdruck

Plastik

Wasser

Biodiversität

Lebensmittel

Luftverschmutzung



Tourismus ist mehr als Sonne und Meer: Effiziente Form der Entwicklungszusammenarbeit

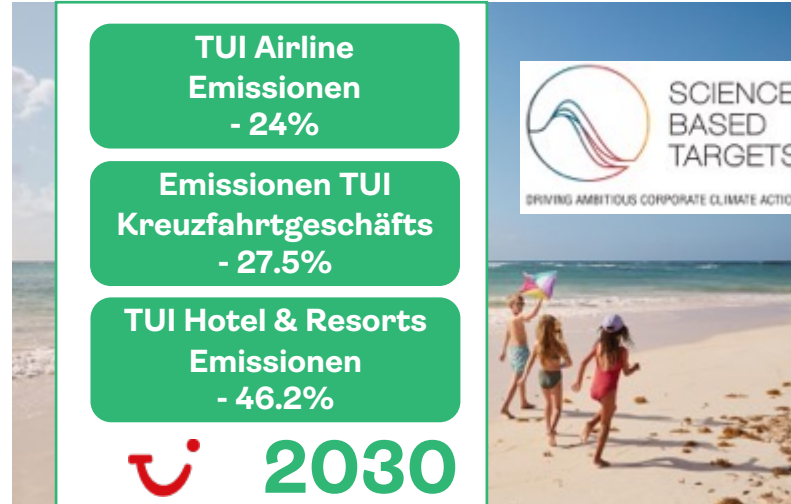


Quellen: UNWTO, OECD



TUI Nachhaltigkeitsagenda

Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks und Stärkung der sozialen Auswirkungen des Tourismus



People



Planet



Progress

**Etappenziel 2030 mit verbindlichen Zielen und Fahrplänen zur Emissionsreduktion.
Auf dem Weg zu Net-Zero Emissionen und zum Kreislaufunternehmen bis spätestens 2050**

Das Co-Lab Rhodos: Die nachhaltige Destination der Zukunft gestalten

Säule 1: **Regeneration von Umwelt und Natur**

Säule 2: **Soziale Entwicklung und kulturelles Erbe stärken**

Säule 3: **Inklusive wirtschaftliche Entwicklung fördern**



Förderung des E-Transport



Erneuerbare Energie in Hotels fördern



Projekte der TUI Care Foundation



Bau einer Abfall-Biogas-Anlage



Testlabor für TUI

Ausgewählte Projekte aus dem Co-Lab Rhodos



Bildung



TUI ACADEMY



TUI JUNIOR ACADEMY

Community Empowerment



TUI FUTURESHPERS
PROGRAMME



TUI COLOURFUL CULTURES
PROGRAMME

Natürliche Lebensräume



TUI FIELD TO FORK
PROGRAMME



TUI WILDLIFE
PROGRAMME



TUI FORESTS
PROGRAMME

Meeresschutz



TUI SEA THE CHANGE
PROGRAMME



TUI TURTLE AID



DESTINATION ZERO WASTE
PROGRAMME



TUI Academy

Ausbildungsprogramme für benachteiligte junge Menschen



TUI Junior Academy

Umweltbildung macht Kinder zu Umweltbotschaftern



TUI Futureshapers

Förderung junger Sozial- und Umweltunternehmer



TUI Colourful Cultures

Schutz kulturellen Erbes und Förderung junger Kreativer



TUI Field to Fork

Schaffung neuer Einkommensmöglichkeiten durch nachhaltige Landwirtschaft.



Derzeit über **50 Projekte** in über **30 Ländern**

TUI Wildlife Programme

Schutz von Tieren und natürlichen Lebensräumen



TUI Forests

Aufforstung, Umweltbildung und Naturerlebnisse



TUI Sea the Change

Schutz des Lebensraums Meer



TUI Turtle Aid

Schutz bedrohter Meeresschildkröten



Destination Zero Waste

Schaffung von Arbeitsplätzen durch Upcycling und Kreislaufwirtschaft



Mehr als 160,000 junge Menschen wurden durch die Bildungsprogramme der Stiftung in den vergangenen fünf Jahren unterstützt und gestärkt

Welchen Tourismus wollen Destinationen?



Warum Tourismus positiv wirkt

Für Wirtschaft und Gesellschaft in den Destinationen

- **Stärkt** Unternehmertum und Selbständigkeit
- **Generiert** (Steuer-) Einnahmen
- **Sichert** wirtschaftlich Stabilität

Für die Menschen in den Destinationen

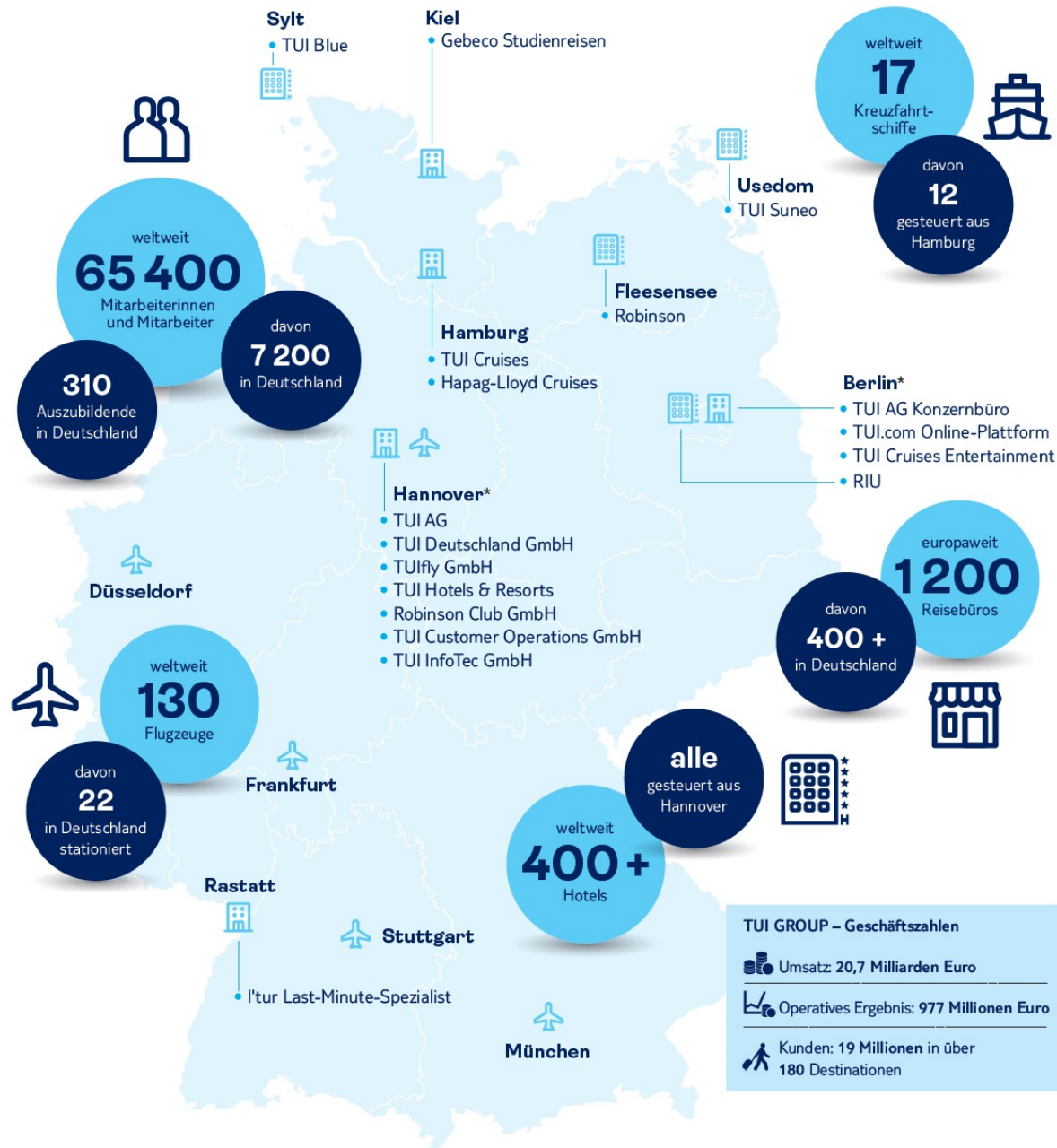
- **Bietet** Chancen auf eine Ausbildung
- **Schafft** Jobs, die soziale Mindeststandards erfüllen
- **Befähigt** Menschen, das eigene Leben in die eigene Hand zu nehmen

Für die Umwelt in den Destinationen

- **Einnahmen** aus Tourismus ermöglichen oft die nachhaltige Transformation von Destinationen
- **Know-How-Transfer** beim Thema Umwelt- und Klimaschutz



Danke für Ihre Aufmerksamkeit.



DEUTSCHLAND: HEIMAT DES REISEWELTMEISTERS

Die TUI Group ist das einzige Unternehmen weltweit, das die Wertschöpfungskette im Reisesektor durchgehend anbietet: von der Beratung über die Anreise mit dem Flugzeug, dem Urlaubserlebnis im Hotel oder auf dem Schiff bis hin zu Aktivitäten, Service, Transfer und Betreuung der Gäste am Urlaubsort. Die Leistungen stehen auch anderen Unternehmen aus der Touristik zur Verfügung. Dabei investiert die TUI wie kein zweiter Reisekonzern in die Digitalisierung – wesentlicher Baustein für langfristigen Erfolg. Die Heimat ist Deutschland.