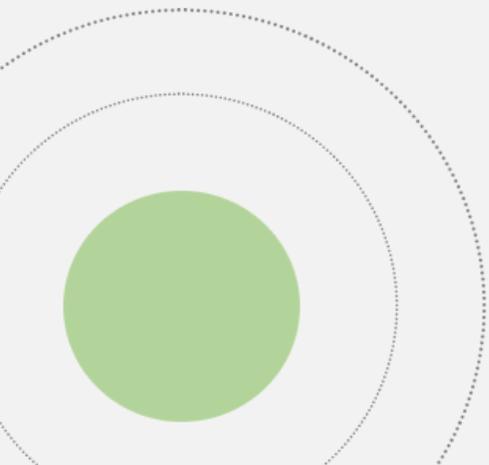


# LIFT Transformation Projekt „Klimafreundliche Produktgestaltung“ Ergebnisbericht



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Übersicht



## Projektleitung

- Futouris e.V.

## Projektpartner

- Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT)
- forum anders reisen e.V.

## Auftragnehmer für die Umsetzung des Schulungsprogramms

- mascontour

## Verfasser:innen dieses Berichts

- Catrin Stoppa und Swantje Lehnert, Futouris
- Nadine Yarar und Friederike Kuhn, NIT
- Petra Thomas, forum anders reisen
- Anette Seidel und Matthias Beyer, mascontour

Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz mit der Fördermaßnahme LIFT Transformation begleitet vom Kompetenzzentrum Grüne Transformation des Tourismus.

Stand: 20. Dezember 2024

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

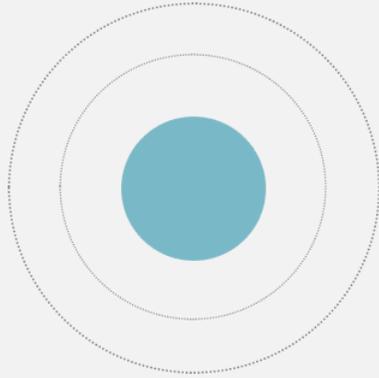


## 1) Projekt Klimafreundliche Produktgestaltung

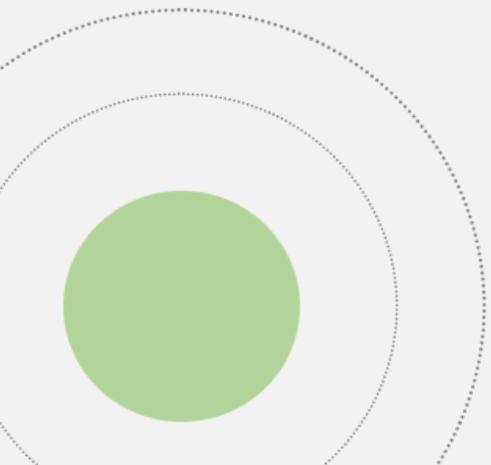
- Projekthintergrund/Idee
- Überblick & Zielsetzungen
- Arbeitspakete im Überblick: Zeitplan & Meilensteine
- Rollen & Zusammenarbeit im Projekt

## 2) Zentrale Ergebnisse aus den Arbeitspaketen

- AP 1: Ermittlung Grundlagen/ Rahmenbedingungen bei den teilnehmenden Unternehmen
- AP 2: Entwicklung KPIs, Analysemethoden und Maßnahmenkatalog
- AP 3: Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter\*innen aus relevanten Abteilungen
- AP 4 : Erprobung und Optimierung der entwickelten Instrumente



# Das Projekt „Klimafreundliche Produktgestaltung“ im Überblick



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Projekthintergrund & Idee

---

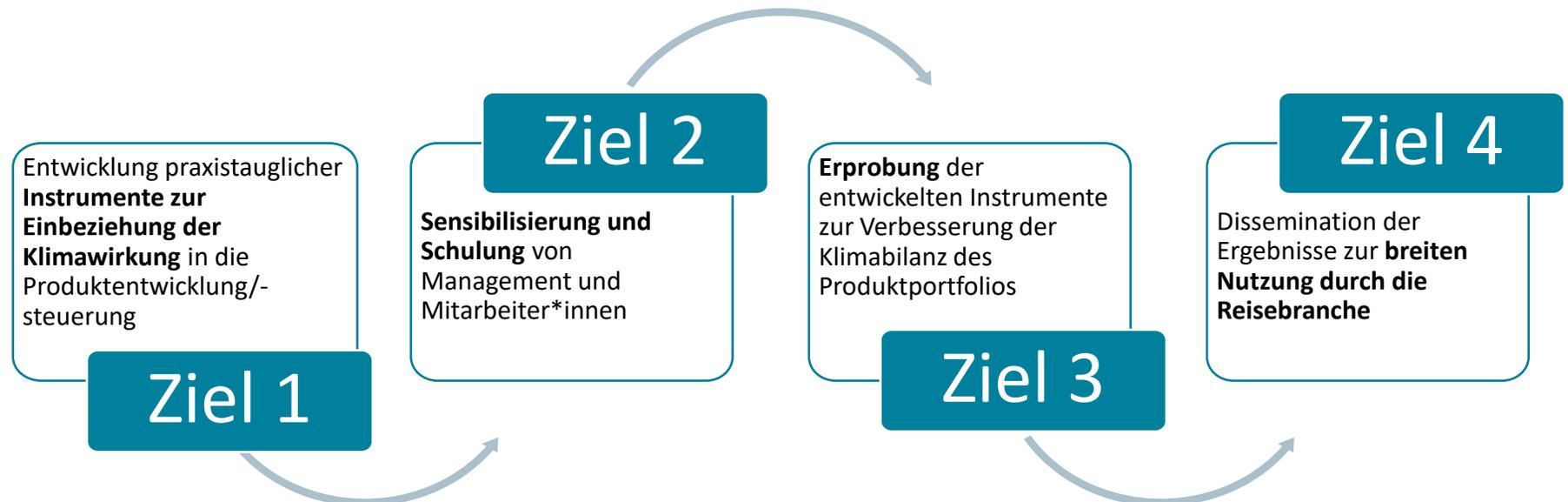


- Der Klimawandel ist eine der zentralen Zukunftsherausforderungen im Tourismus. Die Tourismusbranche trägt mit rund **8,8% aller Emissionen** einen großen Teil zur globalen Erwärmung bei ([Sun et al, 2024](#)). Gleichzeitig sind touristische Geschäftsmodelle stark betroffen von den zahlreichen Auswirkungen des Klimawandels. Daher ist gerade im Tourismussektor wichtigstes Ziel, die **klimaschädlichen Emissionen der Branche bis zum Jahr 2030 deutlich und bis zum Jahr 2045 vollständig zu reduzieren**.
- Die Tourismuswirtschaft hat sich deutlich zu diesen Zielen bekannt, doch **oftmals fehlen klare Vorstellungen, wie die notwendige Emissionsreduktion erreicht werden soll** und welchen Beitrag das einzelne Unternehmen dazu leisten kann.
- Die Transformation hin zu einer klimaneutralen Tourismuswirtschaft kann jedoch nur gelingen, wenn alle **relevanten Stakeholder der Branche** über die Reduktionsmöglichkeiten von Emissionen in **ihrem jeweiligen Gestaltungsspielraum** Bescheid wissen und ihnen Instrumente zur Verfügung stehen, um sie in der Praxis effektiv zu nutzen.
- Das Projekt „Klimafreundliche Produktgestaltung“ setzt an der **Stakeholder-Gruppe Management und Mitarbeiter\*innen** der Reiseveranstalter an. Für diese Stakeholder wird eine **verstärkte Transparenz hinsichtlich der Klimawirkung** der angebotenen Reisen und Reisebestandteile sowie Know-How zu **Reduktionsmöglichkeiten in ihrem täglichen Arbeitsumfeld** erreicht.
- Übergeordnetes Projektziel ist somit die **Entwicklung und Erprobung von Instrumenten und wirtschaftlich tragfähigen Konzepten für eine klimaschonendere Gestaltung von Reiseprodukten** als Basis für eine langfristige Wettbewerbsfähigkeit von Reiseveranstaltern.

# Überblick & Zielsetzungen

- **Förderung:** Fördermaßnahme LIFT Transformation des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)
- **Projektdauer:** 1/2024 - 11/2024
- **Projektpartner:** Futouris, Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT), forum anders reisen
  - Mitglieder von Futouris und forum anders reisen als Pilotunternehmen
  - Einbeziehung Schulungspartner über Auftragsvergabe

- **Projektziele:**



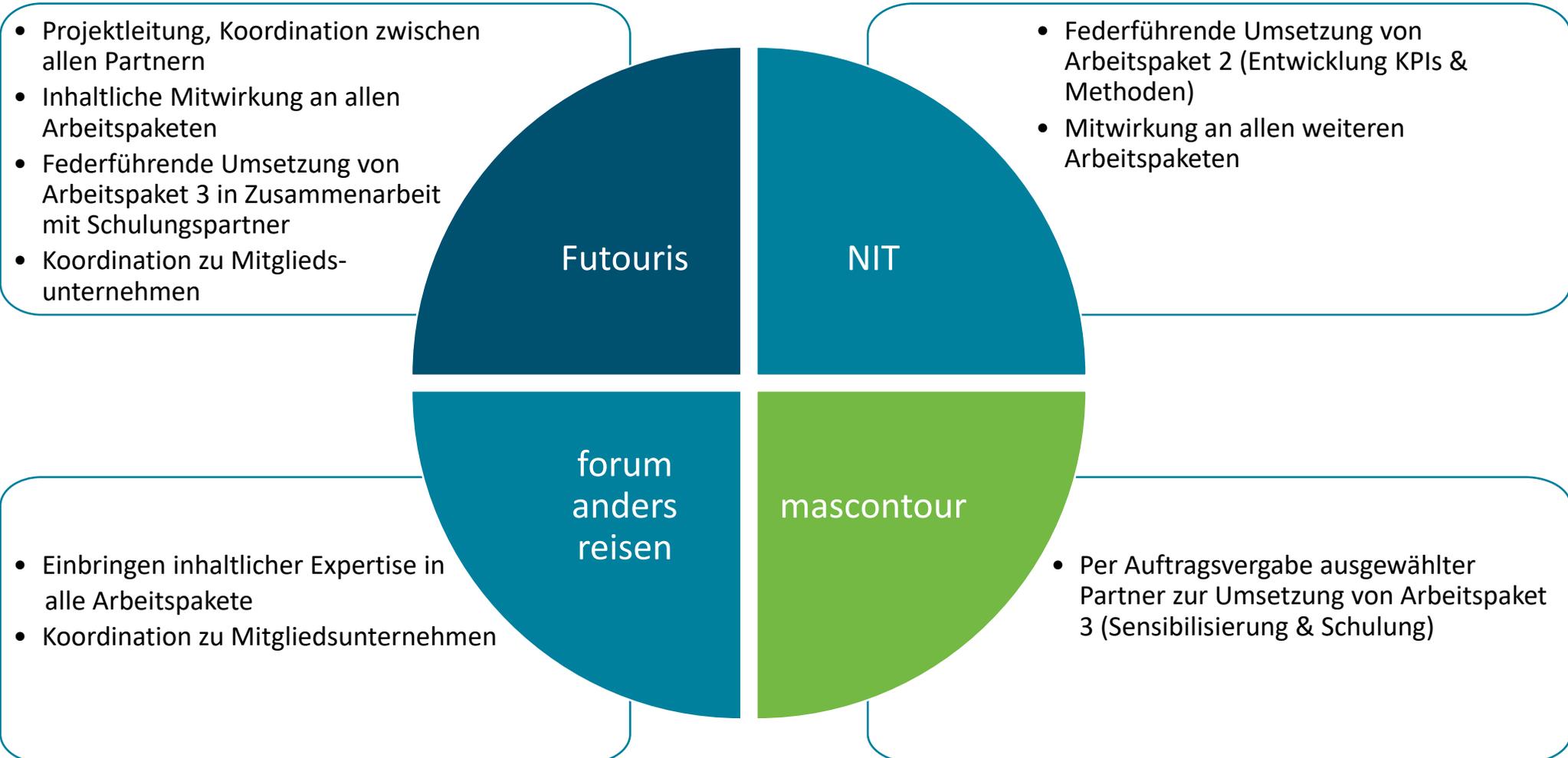
# Arbeitspakete im Überblick: Zeitplan & Meilensteine

Klimafreundliche Produktgestaltung in der Reisebranche											
Meilensteine/ Arbeitsschritte	Jan 24	Feb 24	Mrz 24	Apr 24	Mai 24	Jun 24	Jul 24	Aug 24	Sep 24	Okt 24	Nov 24
<b>AP 1: Ermittlung der Grundlagen bzw. Rahmenbedingungen</b>											
Vorbereitende Aktivitäten	■	■									
Kickoff-Workshop (Vorbereitung, Durchführung und Dokumentation)			■	▲ 1							
<b>AP 2: Entwicklung KPIs, Analysemethoden und Maßnahmenkatalog</b>											
Entwicklung von KPIs und Methoden für die Analyse der Produktportfolios		■	■	■	■	■					
Entwicklung von Maßnahmen zur klimaschonenderen Gestaltung des Produktportfolios/ der Reisen.				■	■	■	▲ 2				
<b>AP 3: Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter*innen aus relevanten Abteilungen</b>											
Auswahl und Beauftragung Schulungspartner			■	■							
Entwicklung von bedarfsgerechten Schulungsformaten und -materialien				■	■	■	■				
Durchführung/ Erprobung des Schulungsprogramms								■	▲ 3		
Optimierung/Weiterentwicklung des Schulungsprogramms										■	
<b>AP4: Erprobung und Optimierung Methodenset / Dissemination der Ergebnisse</b>											
Erprobung der entwickelten Methoden und Instrumente durch die Pilotunternehmen							■	■	■	■	
Feedbackprozess mit Pilotunternehmen									■	■	
Optimierung des Methodensets										■	■
Abschlussbericht, Dissemination der Ergebnisse											▲ 4



- Meilenstein 1: Ermittlung Grundlagen & Rahmenbedingungen
- Meilenstein 2: Entwicklung KPIs, Analysemethoden & Maßnahmen
- Meilenstein 3: Sensibilisierung & Schulung von Mitarbeitenden
- Meilenstein 4: Erprobung & Optimierung Methodenset → Dissemination

# Rollen & Zusammenarbeit im Projekt: Projektpartner



# Rollen & Zusammenarbeit im Projekt: Pilotunternehmen



Auswahl der Pilotunternehmen aus Mitgliedsunternehmen von Futouris & forum anders reisen



- Hinweis: Anfangs war zunächst auch FTI Group Teil der Pilotunternehmen, musste jedoch leider im Juni 2024 aufgrund von Insolvenz ausscheiden.

# Rollen & Zusammenarbeit im Projekt: Taskforce & Co-Creation Prozess

---

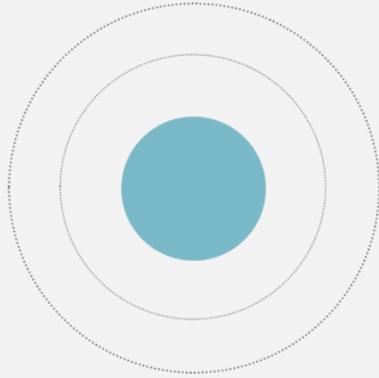


## Rolle der Pilotunternehmen im Projekt

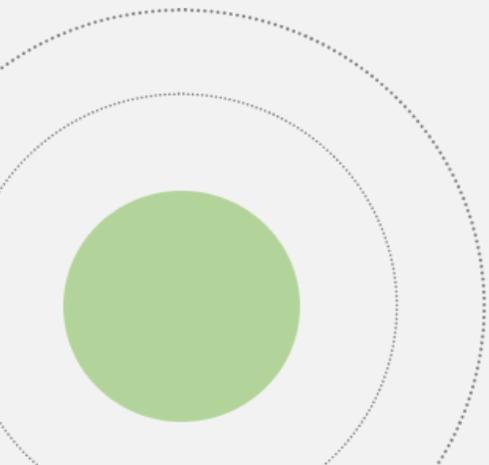
- Enge und kontinuierliche Mitarbeit der Haupt-Ansprechpartner:innen aus Produkt- und Nachhaltigkeitsmanagement im Rahmen des Co-Creation-Prozess → Bildung einer „Taskforce Klimafreundliche Produktgestaltung“
- Mitarbeit / Einbezug weiterer Mitarbeiter:innen für Testphasen von Schulungsprogramm & Instrumenten

## Co-Creation Prozess in der Taskforce:

- Kickoff-Workshop in Präsenz: April 2024 in Frankfurt
- Monatliche Online-Meetings der Taskforce während der gesamten Projektlaufzeit, ergänzend: Ad-hoc Telefonate bzw. Online - Meetings bei Bedarf/für individuelle Absprachen
- Zwei Online Fokusgruppen zur Ermittlung von Rahmenbedingungen und Bedarfen für Instrumente und Schulungsprogramm
- Gemeinsame Entwicklung der Instrumente mit zahlreichen Feedbackschleifen sowie Erprobung in 2 Testphasen → Kontinuierliche Umsetzung von Verbesserungen
- Gemeinsame Entwicklung des Schulungsprogrammes in zahlreichen Feedbackschleifen, Erprobung in Testphase → Kontinuierliche Umsetzung von Verbesserungen



# Zentrale Ergebnisse Arbeitspaket 1: Ermittlung Rahmenbedingungen & Bedarfe



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

---

## Arbeitspaket 1

Ermittlung Grundlagen/  
Rahmenbedingungen/ Bedarfe



- 1) Ermittlung Grundlagen / Rahmenbedingungen /  
Bedarfe bei den teilnehmenden Unternehmen
  - Shadowing/Expert:innengespräche
  - Fokusgruppe Produktmanager:innen
- 2) Kickoff-Workshop im April 2024 in Frankfurt

# Arbeitspaket 1 im Überblick

---



## Ermittlung Grundlagen/ Rahmenbedingungen bei den teilnehmenden Unternehmen

- Wie?
  - Shadowing in der Produktentwicklung von Reiseveranstaltern
  - Expert:innengespräche mit einzelnen Mitarbeitenden im Produktmanagement
  - Gemeinsame Fokusgruppe (online) mit Mitarbeitenden im Produktmanagement
  - Kickoff-Workshop: Präsenzworkshop mit Vertreter:innen der Pilotunternehmen
- Wozu?
  - Ermittlung der Datenverfügbarkeit hinsichtlich Produktportfolios zur Vorbereitung der KPI-Entwicklung
  - Identifizierung relevanter Planungstools und Entscheidungsprozesse im Produktmanagement
  - Ausloten der Potentiale für Maßnahmen zur Transformation des Produktportfolios in Vorbereitung auf AP2
  - Ermittlung von Ansätzen für bedarfsgerechte Schulungsformate in Vorbereitung auf AP3
  - Gestaltung der operativen Zusammenarbeit im Co-Creation-Prozess
  - Ermittlung unterschiedliche Bedarfe Großveranstalter / Spezialisten

# Arbeitspaket 1 – Ermittlung der Grundlagen: Aktivitäten

---



## Aktivität 1: Shadowing & Expertengespräche zur Ermittlung der Grundlagen und Rahmenbedingungen

Aus den teilnehmenden Pilotunternehmen wurden zwei möglichst unterschiedliche Reiseveranstalter (ein Volumenveranstalter und ein Spezialist) gewählt. In diesen Unternehmen wurde ein „Shadowing“ in der Produktentwicklung sowie tiefergehende Expertengespräche durchgeführt.

Ziele dieser Aktivität waren:

- Die Identifizierung relevanter Planungstools und Entscheidungsprozesse im Produktmanagement
- Die Ermittlung der Datenverfügbarkeit bzgl. der Produktportfolios zur Vorbereitung der KPI-Entwicklung
- Das Ausloten der Potentiale für die Einbindung von Maßnahmen zur Transformation des Produktportfolios

## Aktivität 2: Fokusgruppe mit allen Pilotunternehmen zur Spiegelung der gewonnenen Erkenntnisse

In einer online durchgeführten Fokusgruppe mit Mitarbeitenden aus Nachhaltigkeits- und Produktmanagement der teilnehmenden Pilotunternehmen wurden die Erkenntnisse vorgestellt und diskutiert. Die Fokusgruppe wurde am 29. Februar 2024 mit 13 Teilnehmenden durchgeführt und dauerte 1,5 Stunden. Ziele waren folgende:

- Spiegelung der Erkenntnisse aus Shadowing und Expertenrunde und ggf. weitere Ergänzungen
- Sammlung von verfügbaren Daten zu einzelnen Reisen, genutzten Software-Tools im Alltagsgeschäft sowie Kriterien für Reiseprodukte

# Arbeitspaket 1 – Ermittlung der Grundlagen: Ergebnisse

---

## Ergebnisse: Herausstellung der zu berücksichtigenden Unterschiede zwischen Unternehmen

- **Komplexität der Reiseprodukte**

Die Komplexität der Reiseprodukte variiert erheblich je nach Reiseveranstalter und sogar innerhalb der verschiedenen Produktparten desselben Veranstalters. Diese Vielfalt verdeutlicht, dass KPIs und Analysemethoden für die klimafreundliche Produktentwicklung oder -Umgestaltung nicht universell anwendbar sind. Unterschiedliche Arten von Reiseprodukten weisen unterschiedliche Grade an Komplexität auf, was zu unterschiedlichen Anzahlen von Einflussfaktoren führt, die berücksichtigt werden müssen.

- **Fluktuation im Produktportfolio**

Es gibt bei den Veranstaltern sowohl dynamische als auch statische Produkte. Es gibt sowohl klassische, statische Bestandsreisen, aber auch regelmäßig neu hinzugefügte Reisen/Reiseziele. Bei eher komplexeren Produkten sind einige Bestandteile (wie Aktivitäten, Ausflüge usw.) feste Bestandteile, bei eher weniger komplexen Produkten (z.B. Pauschalreisen) gibt es eher die Möglichkeit, die Bestandteile tagesaktuell zu buchen.

# Arbeitspaket 1 – Ermittlung der Grundlagen: Ergebnisse

---



## Ergebnisse: Herausstellung der zu berücksichtigenden Unterschiede zwischen Unternehmen

- **Kriterien für Reiseprodukte**

Es werden bereits verschiedene Arten von Kriterien in unterschiedlichem Maße angewandt. Bei einigen Veranstaltern sind die Produktmanager:innen sehr unabhängig und Reisen werden erst im Nachhinein anhand monetärer Kriterien bewertet, bei anderen Veranstaltern gibt es eine Art Kriterienkatalog, der hauptsächlich Qualitätskriterien beinhaltet. Häufig gibt es bestimmte Standards, die aber nicht bindend erfüllt werden müssen. Bei den Reiseveranstaltern gibt es also unterschiedliche Handhabe zu bestimmten Kriterien: Bei einigen müssen Qualitätsstandards geprüft werden, bei anderen ist es optional möglich.

- **Prozesse der Produktentwicklung**

Es besteht eine Vielfalt der Herangehensweisen in der Produktentwicklung von Urlaubsreiseprodukten die zeigen, dass sowohl strukturierte als auch flexible Ansätze genutzt werden. Insgesamt gibt es bei den meisten Veranstaltern eher einen bewährten Prozess, aber keinen festen vorgeschriebenen Prozess, wie Reiseprodukte entstehen.

# Arbeitspaket 1 – Ermittlung der Grundlagen: Ergebnisse

---



## Ergebnisse: Herausstellung der zu berücksichtigenden Unterschiede zwischen Unternehmen

- **Übersichten über das Produktportfolio**

Die Übersichten über das Produktportfolio unterscheiden sich zwischen den Reiseveranstaltern in Art, Zweck und Aktualität. Jeder Reiseveranstalter hat eine oder mehrere Übersichten über die Reiseprodukte. Bei einigen Reiseveranstaltern sind die Übersichten eher kleinteilig und stellen nicht “das große Ganze” dar, wobei verschiedene Personen auch verschiedene Zugriffe auf Daten haben. Das bedeutet, dass hier eine zusätzliche Übersicht für die Auswertung der KPI erstellt werden muss.

- **Kooperation mit Agenturen**

Reiseveranstalter können Einfluss auf die Arbeitsweise der Agenturen nehmen und ihre Erfordernisse, auch bezüglich Nachhaltigkeitskriterien, in die Kooperation einfließen lassen. Dass bei allen Reiseveranstaltern die Sicherheit besteht, großen Einfluss auf die Arbeit der Agentur zu haben, ist für das Projekt positiv zu bewerten. Da jeder Reiseveranstalter mit Agenturen in den Destinationen zusammenarbeitet und auch zusammenarbeiten muss, ist die Flexibilität in dieser Kooperation und auch der Einfluss auf die Agenturen von starker Bedeutung für die Möglichkeit zur klimafreundlichen Produktentwicklung.

# Arbeitspaket 1 – Ermittlung der Grundlagen: Ergebnisse



**Ergebnisse: Sammlung von verfügbaren Daten zu einzelnen Reisen, genutzten Software-Tools im Alltagsgeschäft sowie Kriterien für Reiseprodukte**

- **Genutzte Software-Tools im Alltagsgeschäft:** Die Sammlung der genutzten Software-Tools diente der Auslotung der möglichen Software-Lösungen für das zu entwickelnde Tool. Hier hat sich Microsoft Excel als bestmögliche Software herausgestellt, die bei allen Reiseveranstaltern genutzt wird.
- **Sammlung der verfügbaren Daten zu einzelnen Reisen:** Diese Sammlung legte die Grundlage dafür, welche Daten und Merkmale für die zu entwickelnden KPIs genutzt werden können. Die Sammlung beinhaltete z.B. Reiseverlauf, Dauer, Paketleistungen, Preise, Termine, Anschlussprogramme, Flugkontingente, CRM, Unterkunft, CO2-Daten, Kontingente, MTZ, Breakeven [...]
- **Kriterien für Reiseprodukte im Portfolio:** Hier wurde untersucht, ob bereits klimarelevante Kennzahlen genutzt wurden. Die Sammlung beinhaltete z.B. Qualitätsstandards, Lage, Volumenpotenzial, Inlandstransport, mögliche Gruppengröße [...]



Welche **Software-Tools** nutzt Ihr im Alltagsgeschäft?



Welche **Daten** stehen Euch zu einzelnen Reisen zur Verfügung?



Welche **Kriterien** muss eine Reise erfüllen um ins Portfolio zu kommen?

# Arbeitspaket 1 – Ermittlung der Grundlagen: Fazit

---



## FAZIT ZUR ERMITTLUNG DER GRUNDLAGEN

Im Rahmen der Aktivitäten des Arbeitspakets 1 wurden die relevanten Grundlagen für die Fortführung des Projekts ermittelt und erste Entscheidungen für die folgenden Arbeitsschritte gelegt.

- Entscheidung für die Nutzung von Microsoft Excel als Software-Lösung für zu entwickelnde Tools
- Grundlagenermittlung über mögliche Datenmerkmale für die Entwicklung von KPIs
- Grundlagen für den Management-Prozess zur klimafreundlichen Produktentwicklung

Diese Entscheidungen und Grundlagen wurden im nächsten Schritt weiterentwickelt, aufbereitet und für den Kick Off Workshop genutzt.

# Arbeitspaket 1: Kickoff –Workshop in Präsenz

---

Der Kick-off Workshop mit allen Projektpartner:innen und Vertreter:innen der Pilotunternehmen fand am **4. April 2024** von **10:00 – 17:00 Uhr** in der **Villa Orange** in Frankfurt statt.

## Ziele des Kickoff-Workshops:

- Direkter Austausch zwischen Projektpartner:innen und Vertreter:innen der Pilotunternehmen
- Teilen von Erfahrungen und Good Practices im Hinblick auf Klimaschutz im Produktmanagement
- Validierung und Ergänzung der Grundlagenermittlung
- Gemeinsame Bewertung erster Ideen für KPIs und Analysemethoden
- Erste Entwicklung möglicher Ansätze und Maßnahmen für die klimafreundlichere Produktgestaltung



# Arbeitspaket 1 – Erkenntnisse Präsenzworkshop

- **Warm-up Session "Status Quo Nachhaltigkeit & Produkt"**: Zuerst wurden Hintergründe und Projektziele vorgestellt. Im folgenden Schritt wurden Maßnahmen zur klimafreundlichen Produktgestaltung auf einer Metaplanwand gesammelt, die bei den Pilotunternehmen bereits Anwendung finden. Diese wurden weiterhin für die Erstellung des Maßnahmenkatalogs und die Best Practice Compilation genutzt.
- **Vielfalt im Blick - Individuelle Wege und maßgeschneiderte Methoden**: In diesem Agendapunkt ging es darum aufzuzeigen, welche Informationen bereits aus den Expertengesprächen, Shadowing und Fokusgruppen gesammelt und interpretiert wurden. Hierbei wurden Erkenntnisse aus den Themenbereichen Produkt, Produktportfolio, Produktmanagement, sowie Tools und Daten hinsichtlich Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei den Reiseveranstaltern vorgestellt.



# Arbeitspaket 1 – Erkenntnisse Präsenzworkshop

---



- **Vertiefung zur Portfolioanalyse:** Hier wurde die Portfoliomatrix der Boston Consulting Group vorgestellt und Erfahrungswerte mit Portfolioanalysen im Unternehmen besprochen. Grundlagen und Rahmenbedingungen bei den Reiseveranstaltern variieren zum Teil beträchtlich. Es gelang aber Gemeinsamkeiten zu identifizieren, die die grundlegende Einbindung der angestrebten Toolbox ermöglichen können.
- **KPI als Grundlage für klimafreundliche Produktgestaltung:** Hier wurden Gütekriterien für KPIs (niedrigschwellig, messbar, relevant, handlungsweisend und spezifisch) vorgestellt sowie auf den Entwicklungsprozess von KPIs eingegangen. Es wurden erste Ideen für KPIs zur Messung des Produktportfolios vorgestellt und diese von den Pilotunternehmen hinsichtlich Messbarkeit und Niedrigschwelligkeit bewertet.

# Arbeitspaket 1 – Erkenntnisse Präsenzworkshop

---

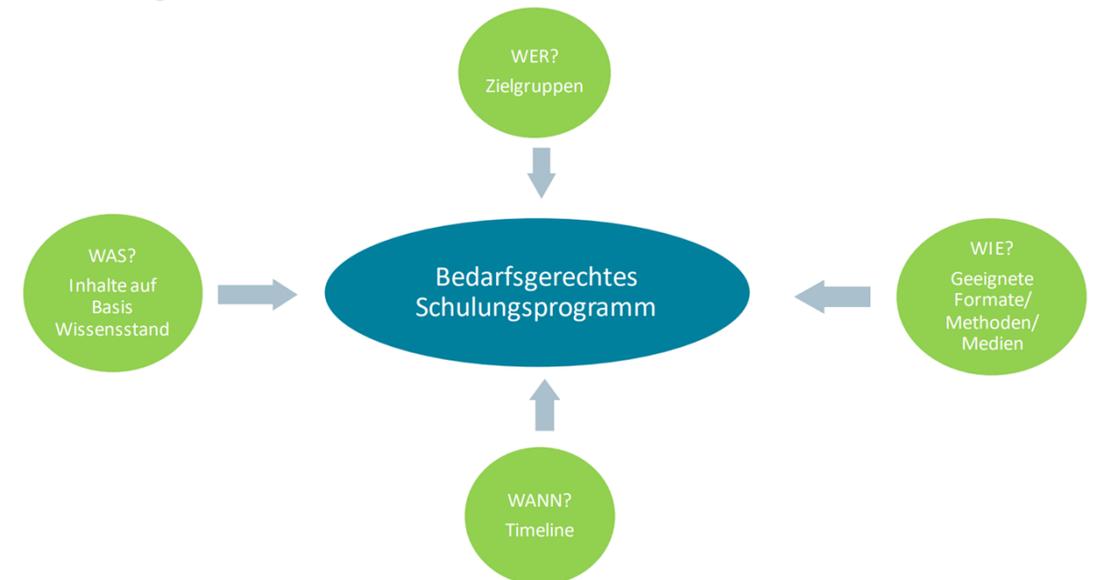


- **Magische Transformation – Mit der Disney-Methode zum klimafreundlicheren Produktportfolio:** Nach der Sammlung aktuell umgesetzter nachhaltiger Maßnahmen im Produktmanagement entwickelten die Teilnehmenden mithilfe der „Disney Methode“ in Gruppenarbeit zukünftige Stellschrauben und Maßnahmen für ein klimafreundlicheres Portfolio. Die Gruppen wurden nach Produktart (dynamisch und statisch) eingeteilt, um den Austausch unter ähnlichen Rahmenbedingungen zu fördern.
- Im kreativen Prozess wurden Ideen zunächst als „Träumer“ gesammelt, anschließend von „Realisten“ bewertet und durch „Kritiker“ in realisierbare Ansätze überführt. Nach der Vorstellung der Ergebnisse vergaben die Teilnehmenden je Veranstalter drei grüne Punkte an kurzfristig umsetzbare Maßnahmen (innerhalb der nächsten 2-3 Jahre).
- Es wurden zahlreiche Maßnahmen gesammelt und bewertet. Häufige Schwerpunkte lagen auf Unterkunft, Mobilität und einem Umdenken bei Verbraucher:innen. Hemmnisse wurden vor allem bei hohen Kosten, Datenmangel und fehlender Akzeptanz bei den Verbraucher:innen identifiziert. Einige Maßnahmen wurden als kurzfristig realisierbar eingestuft.

# Arbeitspaket 1 – Erkenntnisse Präsenzworkshop

## Ermittlung der Grundlagen für den Entwurf des Schulungs-Konzeptes

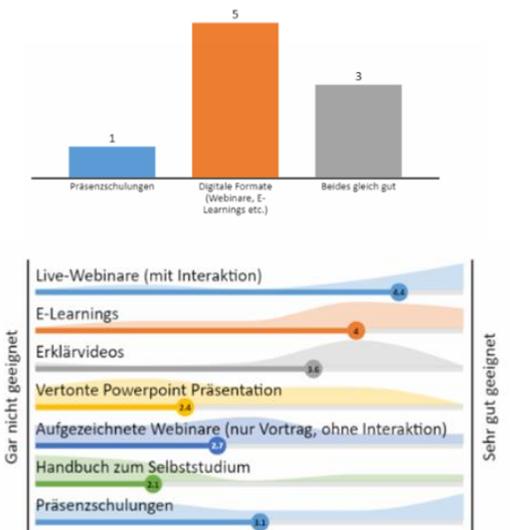
- Ziele des Schulungsprogrammes
  - Sensibilisierung und Schulung = Wissen als Basis klimafreundlicher Produktgestaltung
  - Basiswissen rund um Klimawirkung von Reisen und den Klima-Fußabdruck
  - Handlungswissen: Schulung zur Nutzung der Tools / KPIs und zur Umsetzung der Maßnahmen
- Fragestellungen im Rahmen des Präsenzworkshops
  - WER? Wer spielt in den Unternehmen eine Rolle im Rahmen der Produktplanung und Gestaltung?
  - WAS? Ermittlung des Wissenstandes der Mitarbeitenden der Reiseveranstalter
  - WIE? Welche Formate sind geeignet um die Mitarbeitenden der Reiseveranstalter zu erreichen?
  - WANN? Zeitliche Umsetzung der Pilotphase des Schulungsprogrammes



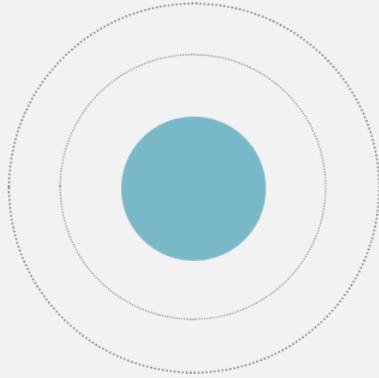
# Arbeitspaket 1 – Erkenntnisse Präsenzworkshop

## Ermittlung der Grundlagen für den Entwurf des Schulungs-Konzeptes

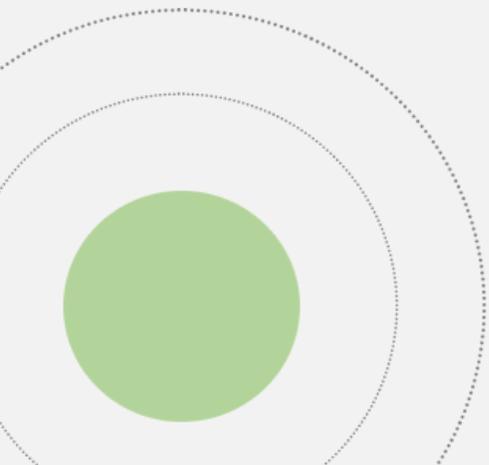
- WER?
  - Abteilungen wie Produktmanagement; Einkauf; Flugeinkauf; Zentraleinkauf/Hoteleinkauf/Agenturen; CR-Abteilung scheinen gesetzt, Marketing/Vertrieb/Controlling/IT in späteren Schritten als Überlegung
- WAS?
  - Es wurden bereits unterschiedliche Maßnahmen zum Wissensaufbau in allen Unternehmen rund um das Thema Nachhaltigkeit durchgeführt
  - Tiefe, Breite sowie Methoden bei den Reiseveranstaltern variieren enorm
- WIE?
  - Methoden: Am besten eignen sich digitale Schulungsformate auf dem firmeneigenen PC/Laptop, Wunsch nach Interaktion, wenn möglich Live-Module. Keine Präsenzworkshops.
  - Zeitaufwand pro Mitarbeiter:in: Je nach Unternehmen 1- 1,5 Stunden je Woche bei ca. 4-6 Wochen Schulungsprogramm-Dauer
- WANN?
  - Zeitfenster für die Schulungen Pilotphase September/ Oktober 2024



Abbildungen: Mentimeter-Befragungen zu Schulungsmethoden



# Zentrale Ergebnisse Arbeitspaket 2



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

## Arbeitspaket 2

### Entwicklung KPIs, Analysemethoden und Maßnahmenkatalog



## 1) KPIs & Analysemethoden

- KPIs
- Analysemethoden & Tool
  - Eingabemaske
  - Dateneingabe
  - Dashboard
  - Gesamtportfolio-Analyse
- Handbuch / Methodenbeschreibung

## 2) Maßnahmenkatalog & Best-Practice-Compilation

# Arbeitspaket 2 – Entwicklung KPIs, Analysemethoden und Maßnahmenkatalog



## 2.1 Entwicklung von KPIs und Methoden für die Analyse der Produktportfolios

- Im Co-Creation Prozess werden verschiedene KPIs entwickelt / identifiziert, anhand derer die Klimawirkung der einzelnen Reisen bewertet werden kann (z.B. Reisedauer/Reisedistanz oder Marge/kg CO<sub>2</sub>)
- Zudem werden mind. zwei Methoden entwickelt, mithilfe derer die Klimawirkung der Reisen anschaulich und übersichtlich dargestellt und analysiert werden kann (z.B. Portfolio-Matrix/ Scatter Diagramm oder ABC-Analyse)
- Beispielhafte Anwendung der KPIs und Methoden auf eine ausreichende Anzahl von Reisen von teilnehmenden Reiseveranstaltern → Analyse eines Portfolios, Identifizierung von relevanten Emissionstreibern, Entwicklung von Reduktionspfaden

## 2.2 Entwicklung eines Maßnahmenkatalogs:

- Es entsteht ein Maßnahmenkatalog, der zur konkreten Umgestaltung der Reisen mit Handlungsbedarf genutzt werden kann.
- Beispielhafte Anwendung des Maßnahmenkatalog auf einige Reisen, um so die Praktikabilität und die Wirksamkeit der Maßnahmen zu eruieren

# Arbeitspaket 2 – Entwicklung von KPI: Zielsetzung und Aktivitäten

---



- Das Projekt hatte zum Ziel, niedrighschwellige, messbare, relevante handlungsweisende und spezifische Key Performance Indicators (KPI) zu entwickeln. Insbesondere die Aspekte der **Messbarkeit** und **Niedrighschwelligkeit** waren dabei von höchster Bedeutung.
- Bereits beim **Kick-off Workshop** (siehe Kapitel 2.1) wurden verschiedene quantitativ und auch qualitativ messbare KPIs vorgestellt und von den Unternehmen hinsichtlich ihrer Niedrighschwelligkeit und der Messbarkeit bewertet. Im Zuge dessen wurden einige der vorgestellten KPIs wieder verworfen (z.B. Nachhaltigkeitszertifikate je Leistungsbestandteil), auf andere wurde stärkerer Fokus gelegt (z.B. Marge/kg CO<sub>2</sub>e).
- Ein erster **Praxistest** zur Anwendung der KPIs und Methoden, Analyse eines Portfolios, Identifizierung von Emissionstreibern und Entwicklung von Reduktionspfaden wurde mit Pilotunternehmen durchgeführt. Auf Basis der Ergebnisse wurden die **KPIs fortlaufend verfeinert**, ihre Messbarkeit weiter unter den Unternehmen abgestimmt und mit den Datenverfügbarkeiten aus KlimaLink gespiegelt.

# Arbeitspaket 2 – Finale Key Performance Indicators



KPI 1:

## CO<sub>2</sub>e in kg pro PAX pro Tag

Dieser KPI misst die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro verbrachten Urlaubstag pro PAX. Dies ist ein wichtiger Indikator für die Umweltbelastung, die ein Reiseveranstalter mit einem verkauften Urlaubstag für einen PAX bei einer Reise verursacht. Der Wert wird durch die Berechnung der gesamten CO<sub>2</sub>e-Emissionen (nach KlimaLink Berechnungen für die verfügbaren Leistungsbestandteile) und deren Aufteilung auf die Anzahl der Tage der Reise pro Person ermittelt. Diese Kennzahl hilft dabei, den ökologischen Fußabdruck einer Reise zu verstehen und Reisen mit unterschiedlichen Reisedauern direkt miteinander zu vergleichen.



KPI 2:

## Gesamt-CO<sub>2</sub>e in kg pro PAX

Dieser KPI misst die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro reisender Person. Diese Kennzahl gibt Aufschluss darüber, wie viel CO<sub>2</sub>e-Emissionen durch das Reiseverhalten eines einzelnen Gastes während der Reise verursacht werden. Durch die Analyse dieser Kennzahl können Reiseveranstalter gezielt Maßnahmen ergreifen, um die CO<sub>2</sub>e-Bilanz pro Passagier zu verbessern.



KPI 3:

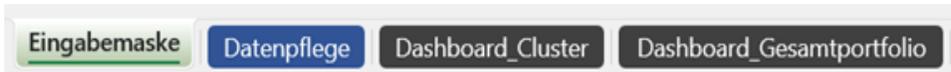
## Gesamt-CO<sub>2</sub>e in kg je Reise

Dieser KPI umfasst alle Emissionen, die durch den gesamten Reiseprozess der reisenden Personen (über alle PAX pro Zeiteinheit der Analyse, z. B. ein Jahr hinweg) insgesamt anfallen. Durch die Berechnung der gesamten CO<sub>2</sub>e-Emissionen je Reise können Reiseveranstalter einen umfassenden Überblick über den ökologischen Fußabdruck ihrer verkauften Reiseangebote erhalten. Dies ermöglicht es, die Auswirkungen ihrer Reisen auch auf Basis der Häufigkeit der Buchung bzw. Durchführung zu analysieren und Strategien zur Reduzierung der Gesamt-CO<sub>2</sub>e-Emissionen zu entwickeln.

# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool



## Travel Emissions Tracker mit Farbkategorisierung und Punktdiagrammen

- Ziel:
  - Entwicklung von zwei Methoden (Analyse durch Farbkategorisierung, Bewertung durch Punktdiagramme als Entscheidungsmatrix) zur Darstellung und Analyse der Klimawirkung von Produktportfolios
- Ergebnis: Umsetzung der entwickelten Methoden im Tool „Travel Emissions Tracker“
  - Excel-basiertes Analyse- und Entscheidungstool zur Erfassung, Analyse von CO<sub>2</sub>e-Emissionen anhand von KPIs in Verbindung mit wirtschaftlichen Größen, Visualisierung durch Punktdiagramme (=Entscheidungsmatrizen) und Farbkategorisierung
  - Unterstützt bei der Identifikation handlungsbedürftiger Reisen oder Cluster, beobachtet Entwicklungen im Zeitverlauf
  - Zweistufiger Prozess: Reiseeingabe und –analyse durch Produktmanagement, Gesamtportfolioanalyse und Koordination durch Führungsebene
  - Vier Register im Tracker:
    - Eingabemaske: Individualisierung der Trackerfunktionen
    - Datenpflege: Eingabe der Reise- und Emissionsdaten, KPI-Berechnung und Farbkategorisierung
    - Zwei Dashboards (Cluster, Gesamtportfolio): Monitoringkennzahlen, Analyse und Visualisierung der KPIs in Entscheidungsmatrizen zur Identifikation emissionsintensiver Reisen/Cluster

[Hier geht's direkt zum finalen Travel Emissions Tracker](#)

# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Register "Eingabemaske":



- Grundkonfiguration des Trackers durch Führungsebene (Schutz der Eingabemaske durch Login)
- Individualisierungsmöglichkeiten:
  - **Farbkategorisierung der KPIs:** Festlegung der Grenzwerte für die Farbkategorisierung der KPIs. Auswahl zwischen individueller Eingabe von Grenzwerten oder Voreinstellung, bei der die untere Grenze als *Minimumwert + 20%* und die obere Grenze als *Maximumwert – 20%* festgelegt ist.
  - **Wirtschaftliche Kennzahlen:** Auswahl zwischen *Marge in %* oder *Deckungsbeitrag in %*

Festlegung der unternehmensübergreifenden und bereichsspezifischen Kriterien und Funktionen

Login  
Login deaktiviert

Unternehmensübergreifende Festlegungen	Festlegung individueller KPI-Grenzwerte:	Unternehmensübergreifende Festlegungen	Festlegung der wirtschaftlichen Bezugsgröße:												
	Individuelle Grenzwerte legen fest, bis zu welchem KPI-Cutoff-Wert Reisen in der Farbkategorisierung in der Datenpflege grün (untere Grenze) und rot (obere Grenze) gefärbt werden. Alle Reisen dazwischen werden gelb eingefärbt. Rot gefärbte Reisen indizieren Reisen mit Handlungsbedarf. Werden keine individuellen Grenzwerte festgelegt, erfolgt die Einfärbung basierend auf den Voreinstellungen (Untere Grenze: 20% ab Tiefstwert; obere Grenze: 20% vom Höchstwert).		Die hier ausgewählte wirtschaftliche Größe wird als Bezugsgröße für die KPI-Darstellung im Punktdiagramm im Dashboard_Zielgebiete genutzt. Diese hilft im Folgenden dabei die mittels der KPIs als handlungsbedürftig identifizierten Reisen auch anhand der Wirtschaftlichkeit zu bewerten.												
	Individuelle Grenzwerte sollen festgelegt werden:	Nein	Folgende Größe soll als Bezugsgröße im Dashboard_Zielgebiete genutzt werden:												
	<table border="1"><thead><tr><th>KPIs</th><th>Untere Grenze</th><th>Obere Grenze</th></tr></thead><tbody><tr><td>KPI 1: CO<sub>2</sub>e pro PAX pro Tag</td><td></td><td></td></tr><tr><td>KPI 2: Gesamt-CO<sub>2</sub>e je PAX</td><td></td><td></td></tr><tr><td>KPI 3: Gesamt-CO<sub>2</sub>e je Reise</td><td></td><td></td></tr></tbody></table>	KPIs	Untere Grenze	Obere Grenze	KPI 1: CO <sub>2</sub> e pro PAX pro Tag			KPI 2: Gesamt-CO <sub>2</sub> e je PAX			KPI 3: Gesamt-CO <sub>2</sub> e je Reise				<p>Auswahl</p> <p>Marge in % <input type="radio"/></p> <p>Deckungsbeitrag 1 in % <input checked="" type="radio"/></p>
KPIs	Untere Grenze	Obere Grenze													
KPI 1: CO <sub>2</sub> e pro PAX pro Tag															
KPI 2: Gesamt-CO <sub>2</sub> e je PAX															
KPI 3: Gesamt-CO <sub>2</sub> e je Reise															

# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Register "Eingabemaske":

- Weitere Individualisierungsmöglichkeiten:
  - **Anpassung der Datenpflege:** Ein- und Ausblenden zusätzlicher Spalten zur Anpassung an individuelle Bedürfnisse
  - **Einblenden des Dashboards "Gesamtportfolio":** Bietet zusätzliche Auswertungsmöglichkeiten für die Gesamtportfolioanalyse, aber auch für die clusterbasierte Analyse

Individualisierung der Anzeige in der Datenpflege		Auswahl der Dashboardansicht für die Gesamtportfolioanalyse			
Bereichsspezifische Festlegungen	Je nach Bedarf können die angezeigten Daten zur Datenpflege erweitert (bzw. verringert) werden. So kann die Datenerfassung an die Bedürfnisse verschiedener Bereiche bzw. Reisearten angepasst werden und die Erfassung der CO <sub>2</sub> -Daten präzisiert werden.	Festlegungen für Führungsebene	Möchte die Führungsebene die Ergebnisse aller Zielgebiete zusammenführen und eine Gesamtportfolioanalyse durchführen, muss hier für die Anzeige des Dashboards_Gesamtportfolio "Ja" ausgewählt werden.		
	Die Eingabe folgender erweiternder Daten soll möglich sein:		Auswahl zur Gesamtportfolioanalyse:		
	Zusätzliche Einzel-PAX-je-Reiseauftrag-Eingabe		<input type="checkbox"/>	Anzeigen des Dashboards Gesamtportfolio	<input type="checkbox"/>
	Zusätzliche Daten zur An-/Abreise (Zwischenlandung .o.Ä.)		<input type="checkbox"/>		
	Daten zu mehr als einer Unterkunft (max. 3)		<input type="checkbox"/>		
Erweiterte Daten zur Mobilität vor Ort	<input type="checkbox"/>				
Verkehrsmittel vor Ort	<input type="checkbox"/>				
Distanz vor Ort in km	<input type="checkbox"/>				

- Im Anschluss: Weiterleitung des Trackers an das Produktmanagement zur Eingabe der Reisedaten im Register Datenpflege

**Aktivitäten im Co-Creation-Prozess:** Im Austausch mit den Pilotunternehmen wurde die Notwendigkeit der Anpassungsmöglichkeit des Trackers an die individuellen Bedürfnisse der Unternehmen deutlich, wodurch die Idee zur Eingabemaske entstand. Auch die Parameter wurden im engen Austausch mit den Unternehmen entwickelt. Hierdurch sahen die Unternehmen keine Notwendigkeit den Tracker für verschiedene RVAs (Spezialist vs. Volumenanbieter) zu unterscheiden.

# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Register "Datenpflege":

- Eingabe der Reisedaten durch das Produktmanagement in der Datentabelle mit drei Spaltenarten
- Rote Spalten: Pflichtangaben mit den analyserelevanten Merkmalen Reise-ID, Gesamt-PAX, Gesamtumsatz, Reisedauer in Tagen, wirtschaftliche Größen und Emissionsdaten für An- und Abreise, Unterkunft und Mobilität vor Ort. Eingabe der Emissionsdaten erfolgt mittels KlimaLink.
- Blaue Spalten: Optionale Identifikationsmerkmale der Reisen, wie Reiseziel, Verkehrsmittel, Unterkunft u.Ä.. Nur notwendig bei zweistufiger Befüllung der Daten (z.B. Eingabe der Reisedaten durch PM, Ergänzung der Emissionsdaten durch Nachhaltigkeitsbeauftragte) bzw. für die vereinfachte Ergebnisinterpretation
- Gruppiertes Ein- und Ausklappen der roten und blauen Spalten durch Schaltfläche möglich
- Schwarze Spalten: Automatisierte KPI-Berechnung und Farbkategorisierung durch Befüllung der Pflichtspalten
  - Farbkategorisierung der KPIs anhand festgelegter Grenzwerte in Eingabemaske:

- Grün: Reisen mit niedrigen Emissionen
- Gelb: Reisen mit mittleren Emissionen
- Rot: Reisen mit hohen Emissionen

KPI 1: CO <sub>2</sub> e in kg pro PAX pro Tag	KPI 2: CO <sub>2</sub> e in kg pro PAX	KPI 3: Gesamt-CO <sub>2</sub> e in kg je Reise
186	1.303	2.606
758	3.033	6.066
495	6.434	12.868
168	1.677	8.383



Ermöglicht eine erste Bewertung der Reisen

# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Register "Datenpflege":

Die Abbildung zeigt Beispielreisen mit den Pflichtspalten und der KPI-Einfärbung. Mithilfe der Filterfunktion in jeder Spalte kann gezielt nach bestimmten Kriterien gefiltert werden, z. B. nach allen Reisen, die bei KPI 3 rot markiert sind. Interpretationshilfen zur Bewertung der KPIs bietet das Handbuch. Zudem werden über Mouse-Over-Funktionen in den Spaltenköpfen Hinweise zur Dateneingabe angezeigt.

Reise-ID (Nummer, Code etc.)	Gesamt-PAX je Zeiteinheit (Saison/Jahr)	Marge in %	Gesamtumsatz in € je Zeiteinheit (Saison/Jahr)	Reisedauer (in Tagen)	CO <sub>2</sub> e in kg für An- und Abreise (pro PAX)	CO <sub>2</sub> e in kg für Unterkunft (pro PAX)	CO <sub>2</sub> e in kg für Transport (pro PAX)	KPI 1: CO <sub>2</sub> e in kg pro PAX pro Tag	KPI 2: Gesamt-CO <sub>2</sub> e in kg pro PAX	KPI 3: Gesamt-CO <sub>2</sub> e in kg je Reise
PAUSAYT	2	14%	5.000,00 €	7,0	1.110	113	80	186	1.303	2.606
PAUSDXB	2	12%	7.000,00 €	4,0	2.870	113	50	758	3.033	6.066
PAUSHKT	2	18%	3.500,00 €	13,0	5.323	348	763	495	6.434	12.868
PAUSADB	2	13%	5.000,00 €	10,0	1.060	252	365	168	1.677	3.353

**Aktivitäten im Co-Creation-Prozess:** Im Rahmen der Co-Creation bestätigte der erste Praxistest eine gute Verfügbarkeit der abgefragten Daten. Dies führte zur Integration zusätzlicher Eingabemöglichkeiten, um die Individualisierbarkeit zu erhöhen, und zur Optimierung der Benutzerfreundlichkeit. Auch die Emissionsabfrage wurde erweitert, um detailliertere und aussagekräftigere Emissionsdaten abzubilden. Der weitere Austausch initiierte zudem die Einbindung einer Gesamtportfolioanalyse in den Tracker sowie die Erstellung einer Anleitung zur Übernahme der Trackerfunktionen in unternehmenseigene Systeme, einschließlich eines Lastenhefts.

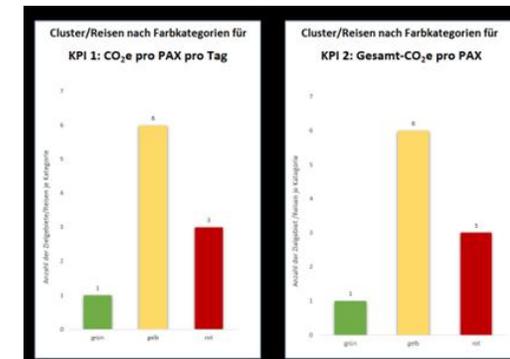
# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Register "Dashboard":

- Analyse und Visualisierung der Daten mittels:
  - Kennzahlen zum Monitoring (jeweils auf das eingegebene Portfolio bezogen):
    - Dashboard Cluster: Gesamtemissionen, durchschnittliche Emissionen pro Pax pro Tag
    - Dashboard Gesamtportfolio: Gesamtemissionen, durchschnittliche Emissionen pro Pax
    - Beide Dashboards: Anzeige der Anzahl handlungsbedürftiger Reisen bzw. Cluster (rote Einfärbung der KPI 1 bzw. 2)
  - Säulendiagramme in beiden Dashboards:
    - Darstellung der Anzahl grüner, gelber, roter Reisen für KPI 1 CO<sub>2</sub>e pro PAX pro Tag
    - Darstellung der Anzahl grüner, gelber, roter Reisen für KPI 2 Gesamt-CO<sub>2</sub>e pro Pax



Erste, schnelle Beurteilung des eingegebenen Portfolios möglich: Mehr grüne Reisen = emissionsärmere Portfolio, mehr rote Reisen = emissionsreicheres Portfolio



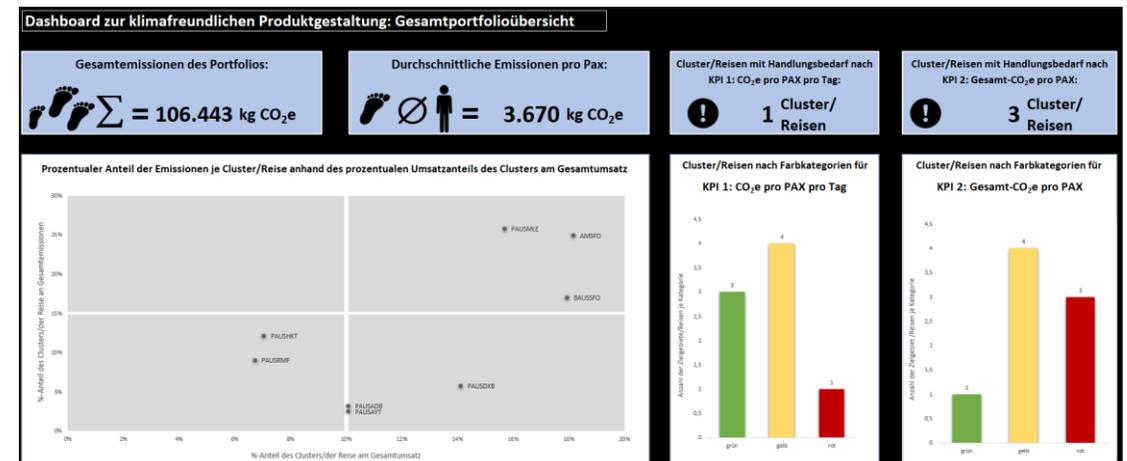
# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Register "Dashboard"

- Weitere Analyse und Visualisierung der Daten mittels Punktdiagrammen:
  - Punktdiagramme:
    - Dashboard Cluster: Visuelle Darstellung der Reisen anhand der Emissionen der KPIs in Relation zur gewählten wirtschaftlichen Größe (Marge/DB), je KPI ein Punktdiagramm.
    - Dashboard Gesamtportfolio: Darstellung der Reisen bzw. Cluster im Punktdiagramm anhand der prozentualen Emissionsanteile an den Gesamtemissionen sowie den prozentualen Umsatzanteil am Gesamtumsatz

➔ Differenzierte Betrachtung einzelner Reisen/Cluster unter Einbezug wirtschaftlicher Größen möglich

- Abbildung rechts zeigt das Dashboard Gesamtportfolio mit allen Analyse- und Visualisierungselementen



# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Entscheidungsmatrizen in den Dashboards zur Priorisierung und Maßnahmenplanung

- Die Einteilung der Punktdiagramme der Dashboards in vier Quadranten überführt diese in Entscheidungsmatrizen, welche Reiseveranstalter dabei helfen, gezielt Reisen bzw. Cluster auszuwählen, für die Maßnahmen geplant werden müssen.

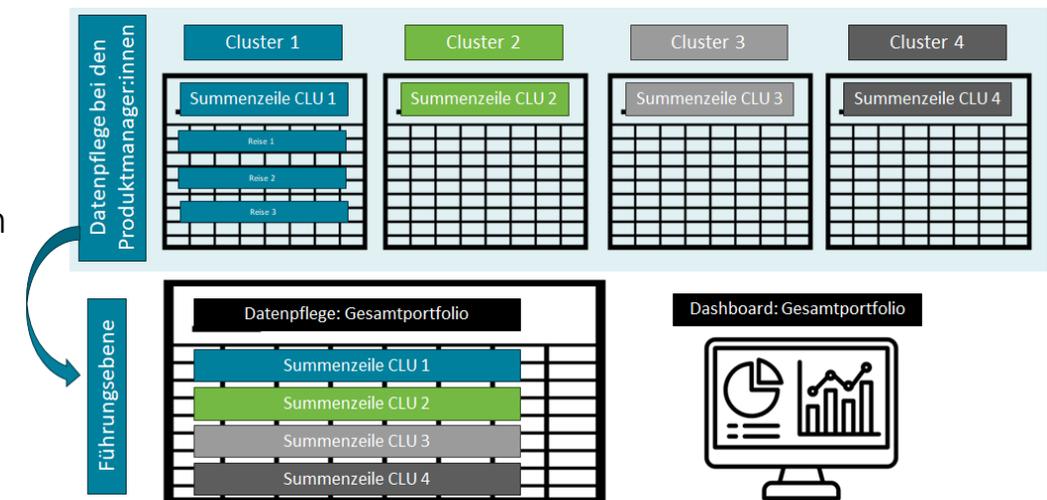
- Die Abbildungen zeigen die Bedeutung der Quadranten (rechts) sowie die abzuleitenden Strategien je Quadrant (links).
- Die Position der Reise bzw. des Clusters in der Matrix hilft bei der Identifikation von Reisen, auf die priorisiert Maßnahmen angewendet werden sollten.
- Das Handbuch zum Tracker gibt hier detaillierte Hinweise.



# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Durchführung einer Gesamtportfolioanalyse mit dem Tracker

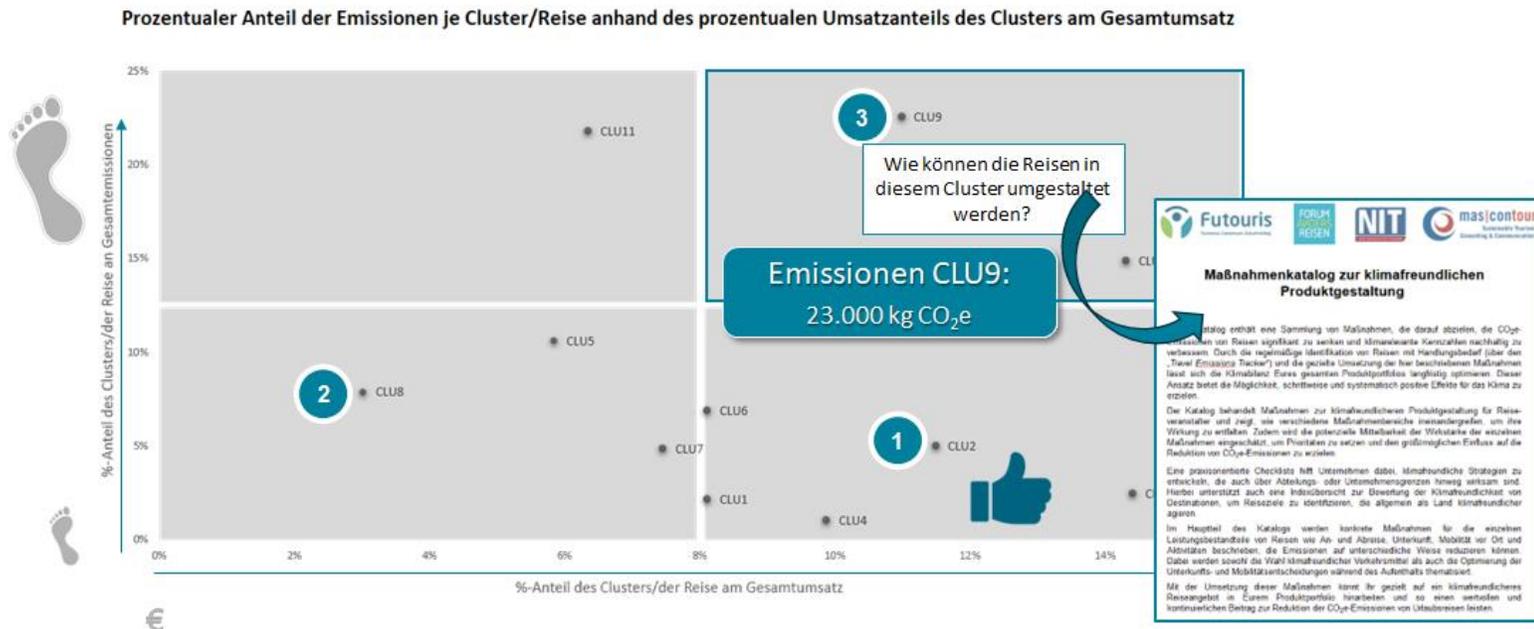
- Der Tracker kann auch zur Durchführung einer Analyse des gesamten Portfolios genutzt werden. Diese erfolgt auf der Führungsebene durch die Zuarbeit vom Produktmanagement. Dazu brieft die Führungsebene das PM vorab zur Clusterung des Portfolios (hier ist sicherzustellen, dass alle Reisen im Portfolio in diesen Clusterungen abgebildet sind) sowie zur Art und Weise der Erfassung der Reisen in der Datenpflege.
- Die Führungsebene sammelt nach Dateneingabe alle Daten von den PMs und fasst diese in einer neuen Tracker-Datei zusammen. Dazu gibt es in der Datenpflege eine Summenzeile über der Datentabelle, welche die analyserelevanten Kennzahlen z.T. gewichtet aufsummiert, so dass diese Summenzeile die Kennzahlen des gesamten Clusters abbildet. Eine neue Tracker-Datei fasst nun alle Summenzeilen (1 Zeile = 1 Summenzeile = 1 Cluster) zusammen und bildet so das Gesamtportfolio ab.
- Die Auswertung erfolgt über das "Dashboard Gesamtportfolio".
- Die Abbildung rechts zeigt diesen Vorgang schematisch.



# Arbeitspaket 2 – Analysemethoden & Tool

## Entscheidungsmatrizen in den Dashboards zur Priorisierung und Maßnahmenplanung

- Die folgende Abbildung zeigt die Cluster eines Reiseveranstalters in der Gesamtportfolio-Entscheidungsmatrix.
- Cluster 2 (Markierung 1) liegt im niedrigen Emissionsbereich und leistet einen hohen wirtschaftlichen Beitrag. Dieses Cluster ist aktuell nicht handlungsbedürftig.
- Cluster 9 (Markierung 3) hingegen liegt im oberen und somit kritischen Emissionsbereich, leistet zugleich aber einen hohen wirtschaftlichen Beitrag. Daher sollte dieses Cluster bei der Anwendung von Maßnahmen priorisiert betrachtet werden, denn hier kann eine effektive Emissionsreduktion erreicht werden. Zur Identifikation passender Maßnahmen kann der Maßnahmenkatalog herangezogen werden.



# Arbeitspaket 2 – Handbuch zum Travel Emissions Tracker



**Ziel:** Benutzerfreundliche Handreichung mit Schritt-für-Schritt Anweisungen inkl. Screenshots zur Nutzung des Trackers und Interpretation der KPIs und Visualisierungen.

**Ergebnis:** Ausführliches Handbuch mit folgenden Inhalten

- Einführung in den Tracker: Funktionsweise, Installation und entwickelte KPIs.
- Emissionsmanagementprozess: Beschreibung der Implementierung im Unternehmen in einer Schritt-für-Schritt-Anleitung für
  - Führungsebene: Gesamtportfolioanalyse
  - Produktmanagement: Bereichsspezifische Analysen
- Detaillierte Erklärung der Tracker-Register mit Funktionen und Nutzungsmöglichkeiten (inkl. Screenshots)
- Priorisierung und Maßnahmenplanung: Beispielhafte Dashboard-Screenshots und Erläuterungen zur Vorgehensweise
- Interpretationshilfen: Farbkategorisierung der KPIs und Visualisierungen im Dashboard
- Zusätzliche Inhalte: Hinweise zur Einbindung von Kompensationen; Anleitung für das jährliche Monitoring.
- Ergänzungen: Erklärvideo als Schnelleinstieg; Generische Anleitung inkl. Lastenheft zur Integration in unternehmenseigene Systeme
- Praxistest-Ergebnis: Reiseveranstalter bewerten das Handbuch als äußerst hilfreich

Hier geht's direkt zum [Handbuch](#) und zum [Erklärvideo](#)

# Arbeitspaket 2 – Generische Anleitung und Lastenheft

**Ziel:** Darlegung aller Funktionen des Trackers zur **Analyse, Berechnung und Visualisierung von Emissionen**, um eine transparente und praxisorientierte Grundlage für die Implementierung der Tracker-Systematik in unternehmenseigene Systeme zu schaffen

## Ergebnisteil 1: Generische Anleitung für Reiseveranstalter

- Inhalt: Überblick über die Funktionsweise und Berechnungslogiken des Tools
- Fokus: Schneller Einstieg ohne technische Vorkenntnisse
- Nutzen: Interpretation der Ergebnisse zur nachhaltigen Gestaltung von Reiseportfolios

## Ergebnisteil 2: Lastenheft für IT-Abteilungen und externe Dienstleister

- Inhalte: Definition von konkreten Funktionen und Anforderungen des Excel-Tools
- Nutzen:
  - Grundlage zur Machbarkeitsprüfung (bei interner Umsetzung) und Angebotseinholung (bei externer Umsetzung) zur Programmierung des Tools
  - Fortschrittsüberwachung während der Entwicklung
  - Unterstützung bei der Abnahmeprüfung nach Projektabschluss

Der folgende Screenshot zeigt den Aufbau der Berechnungslogik auf dem Blatt „Optionen“.

**Berechnung KPI 1 (Anzahl Reisen rot, gelb, grün) - Erfüllung Ober- und Untergrenzen**

Prozentsatz für Grenzwert	20%	Erreichungswert	100	100	100
Grenzwert (Anzahl Reisen)	20	100	100	100	100
Ergebnis	20	100	100	100	100

**Berechnung KPI 2 (Anzahl Reisen rot, gelb, grün)**

Prozentsatz für Grenzwert	20%	Erreichungswert	100	100	100
Grenzwert (Anzahl Reisen)	20	100	100	100	100
Ergebnis	20	100	100	100	100

**Berechnung KPI 3 (Anzahl Reisen rot, gelb, grün)**

Prozentsatz für Grenzwert	20%	Erreichungswert	100	100	100
Grenzwert (Anzahl Reisen)	20	100	100	100	100
Ergebnis	20	100	100	100	100

**Datenübersicht KPI 1.3**

Berechnung	KPI 1	KPI 2	KPI 3	3-Adress für Diagramm	Marge in %
rot	1	1	1		
gelb	1	1	1		
grün	1	1	1		

Manuelle Vorgabe der Ober- und Untergrenzen

Alternativ zur oben erläuterten automatisierten Berechnung der Grenzwerte, können diese auf dem Blatt Eingabemaske in die Zellen G16:G18 und I16:I18 getrennt nach den einzelnen KPI-Werten manuell vorgegeben werden.

Bei einer manuellen Vorgabe, wird nicht die automatisierte Grenzwertberechnung verwendet, da die manuell erfassten Grenzwerte Vorrang zur farblichen Darstellung der Berechnungsergebnisse haben.

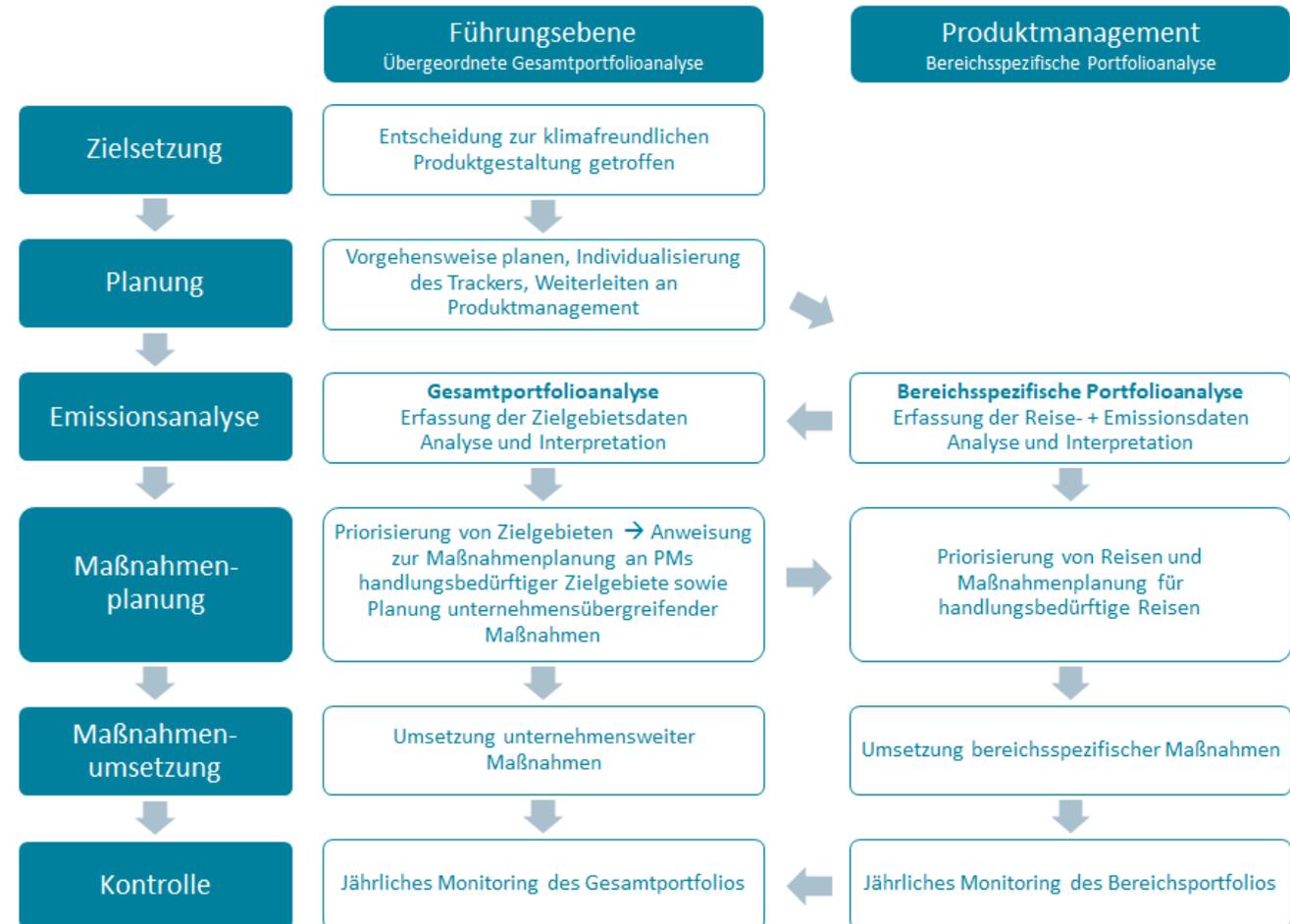
17

# Arbeitspaket 2 – Prozess zur Nutzung des Travel Emission Trackers

## Emissionsmanagementprozess:

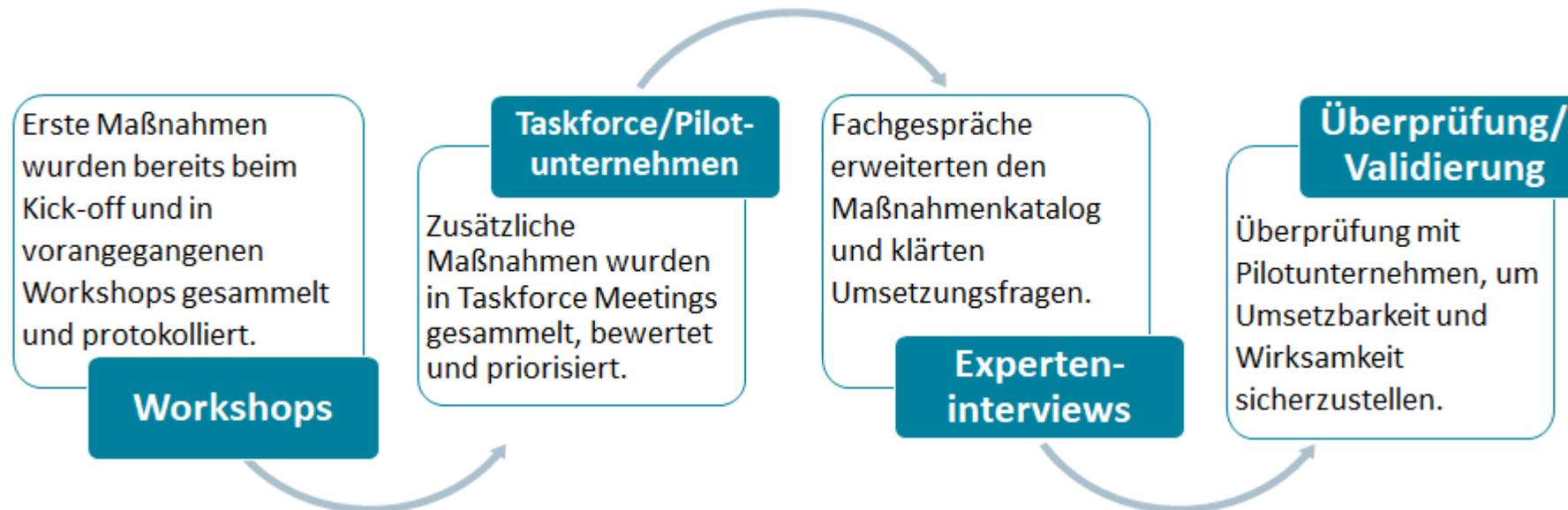
Ergänzend zum Tool wurde ein unternehmensweiter Managementprozess zur Nutzung des Trackers entwickelt, welcher sich im Unternehmen auf zwei Ebenen – der Führungsebene und dem Produktmanagement gestaltet.

Das Handbuch stellt diesen Prozess mit den einzelnen Schritten im Detail für beide Ebenen vor. Die rechtsstehende Abbildung zeigt die übergeordneten Schritte und die Aufteilung der Aufgaben sowie die notwendige Zusammenarbeit zwischen Führungsebene und Produktmanagement.



# Arbeitspaket 2 – Maßnahmenkatalog zur klimafreundlichen Produktgestaltung

- **Aktivitäten und Entwicklung im Co-Creation Prozess:** Die Erstellung des Maßnahmenkatalogs basierte auf einer systematischen Sammlung und Auswertung von Ideen und Ansätzen aus verschiedenen Quellen. Der Maßnahmenkatalog wurde während der Entwicklung mehrfach mit den teilnehmenden Pilotunternehmen gegengecheckt und die Umsetzbarkeit und Formulierung der Maßnahmen aus der Praxis heraus geprüft.



# Arbeitspaket 2 – Maßnahmenkatalog zur klimafreundlichen Produktgestaltung

- **Ziel:** In diesem Arbeitsschritt ging es um die Entwicklung eines Maßnahmenkatalogs, der zur konkreten Umgestaltung der Reisen mit Handlungsbedarf genutzt werden kann.
- **Ergebnis:** Der Katalog umfasst:
  - Maßnahmenbereiche zur klimafreundlicheren Produktgestaltung und ihre Zusammenhänge
  - Einschätzung der potenziellen Wirkstärke von Maßnahmen
  - Checkliste für unternehmensübergreifende Maßnahmen
  - Indexübersicht zur Bewertung der Klimaperformance von Destinationen
  - Maßnahmen für An- und Abreise mit Bus, Bahn oder PKW
  - Maßnahmen für An- und Abreise mit dem Flugzeug
  - Maßnahmen für die Unterkunft

5) Maßnahmen für An- und Abreise mit Bus, Bahn oder PKW	Abreise	Wirkpotenzial
Anteil des Reisebausteins „Auto- und weiterer Transport“ an den CO <sub>2</sub> e-Emissionen der Reisenden		35%
Bei Reisezielen, die in weniger als acht Stunden erreichbar sind: Nur Bus- und Bahnreise anbieten		direkt
Bei Reisezielen, die in acht bis zwölf Stunden erreichbar sind: Bus/Bahn als bevorzugte Anreisevariante anbieten, zweite Wahl ist die Eigenanreise mit dem Pkw (Flug nur als dritte Wahl)		indirekt
An-/Abreise zum Erlebnis machen, nicht nur notwendiges Übel, sondern tolle Erinnerung (Zwischenstopps, Storytelling, Local Guide etc.)		indirekt
Internationale Bahnreisen ins Portfolio integrieren		direkt
Nachtzüge ins Portfolio integrieren ( <a href="#">Übersicht ab Deutschland</a> ; <a href="#">Europa weltweit</a> )		direkt
Verstärkte Kooperation mit ausländischen Bahn Anbietern und Bahnportalen, um das grenzübergreifende Reisen per Bahn einfacher zu machen		indirekt
Gemeinsam mit anderen Veranstaltern und Bahn Anbietern eine Informationsplattform für Bahnreisen als Anreisemöglichkeit schaffen		indirekt
Bessere Online-Buchbarkeit von Bahnprodukten durch Kooperationen (z.B. Rail Europe, Interrail, The Trainline) anstreben		indirekt
Transfers auch vom/ zum Bahnhof anbieten, nicht nur vom/zum Flughafen		direkt
Prüfen, ob Charterbusse analog und alternativ zu Charterflugzeugen für die Anreise in Frage kommen und sie ggf. einsetzen.		indirekt
Belohnung für klimafreundliches Verhalten/Incentives exklusiv für Kunden einbauen, die sich für eine Anreise mit Bus und Bahn entscheiden (z.B. Drink an der Hotelbar/ ÖPNV-Ticket/Einfahrad, ggf. auch bei Verzicht auf Mietwagen)		indirekt
Bei Anreise mit PKW: Bevorzugung von Destinationen mit ausgebauter Ladeinfrastruktur für E-Mobile und entsprechend als Hinweis für Kund:innen mitgeben		indirekt

[Hier geht's direkt zum Maßnahmenkatalog](#)



# Arbeitspaket 2 – Indexübersicht zur Bewertung der Klimaperformance von Destinationen



- **Ergebnisse:** Die Bewertung von vier verschiedenen aktuellen Indizes sowie den Distanzen der jeweiligen Länder zum geografischen Mittelpunkt Deutschlands gibt einen einfachen und schnellen Überblick über die allgemeine Klimaperformance aller Länder weltweit, sortiert nach geografischer Region (Europa, Amerika, Afrika, Asien, Ozeanien). Zudem gibt es eine schrittweise Anleitung zum Aktualisieren der Indexwerte, so dass die Unternehmen diese Übersicht selbst an die aktuellen Zahlen anpassen können.
- Die Indexübersicht hilft dabei die Klimaperformance eines Landes zu beurteilen, verschiedene Destinationen diesbezüglich zu vergleichen und insbesondere, wenn es um die Aufnahme neuer oder den Austausch von Destinationen im Produktportfolio geht, können mithilfe dieser Übersicht informierte und klimafreundlichere Entscheidungen getroffen werden.
- Rechts: Auszug der Übersicht für Europa (Berechnungen ausgeblendet, einblendbar)
- Die Indexübersicht ist [hier](#) zu finden.

Indexübersicht zur Bewertung der Klimaperformance von Destinationen: Europa									
Land	Indexbewertung							Distanz zum Quellmarkt (km)	Gesamtscore
	EPI 2024	CCPI 2024	SDG Ziel 7	SDG Ziel 13	TTDI Pillar 10	TTDI Pillar 12	TTDI Pillar 15		
Dänemark	67,9	75,59			5,53	2,76	5,69	501	21,8
Deutschland	74,6	65,77			5,34	3,47	5,62	0	21,0
Schweden	70,5	69,39			4,63	2,87	5,89	1199	21,0
Niederlande	67,2	69,98			6,33	2,55	5,55	337	20,8
Luxemburg	75	65,09			5,79	1,3	6,17	362	20,5
Schweiz	68	61,94			6,24	3,12	5,84	532	20,3
Österreich	69	58,17			5,02	3,01	5,7	507	20,0
Estland	75,3	72,07			4,63	1,6	5,31	1283	19,3
Finnland	73,7	61,11			4,41	2,41	5,84	1656	19,2
Groß Britannien	72,7	62,36			5,13	3,96	5,74	1016	19,0
Spanien	64,2	63,37			4,92	4,95	5,39	1697	19,0
Malta	66,6	59,8			4,05	1,68	4,11	1761	18,8
Portugal	62,2	67,39			4,35	3,39	5,2	1945	18,7

# Arbeitspaket 2 – Best-Practice-Compilation

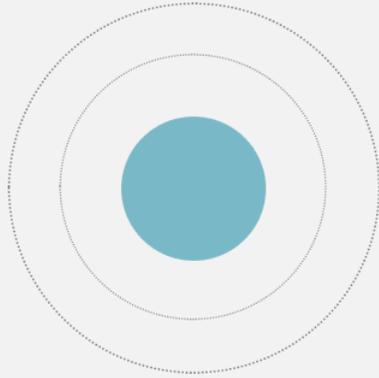


- **Aktivitäten:** Für die Best-Practice-Compilation wurden Pilotunternehmen und Projektpartner (z.B. Forum Anders Reisen) aufgerufen, ihre Best Practices miteinander zu teilen und die genaue Ausführung zu beschreiben. Eingereichte Best Practices wurden anschließend überprüft und, sofern geeignet, in die Compilation aufgenommen. Dabei wurde ein Bezug zu den Maßnahmen aus dem Maßnahmenkatalog hergestellt. Im Projektteam wurden zudem weitere Best-Practices zum Thema gesammelt, die über die Pilotunternehmen hinausgehen.
- **Ergebnisse:** Die Best-Practice-Compilation wurde zusätzlich zum Maßnahmenkatalog erstellt. Sie beinhaltet detaillierte Beschreibungen einzelner Maßnahmen, wie sie von den teilnehmenden Pilotunternehmen umgesetzt wurden. Diese Sammlung dient als wertvolle Orientierung und zeigt konkrete Umsetzungsschritte auf. Die Best-Practice-Compilation bietet so eine praxisnahe Grundlage, um andere Unternehmen bei der Entwicklung und Implementierung eigener Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>e-Reduktion zu unterstützen und fördert den Austausch bewährter Ansätze.

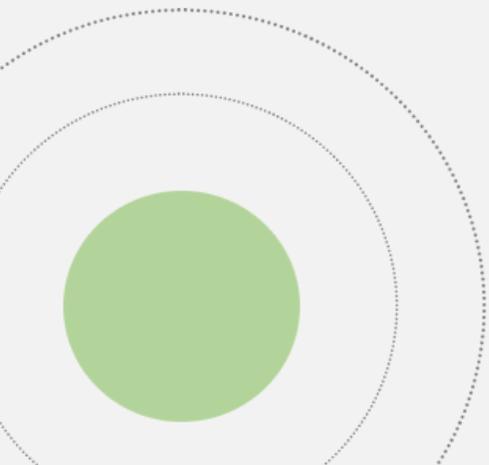
**Best Practice Beispiele zur klimafreundlichen Produktgestaltung**  
Diese Best Practice Compilation stellt Beispiele zur Klimafreundlichen Produktgestaltung vor. Es werden Aktivitäten von Reiseveranstaltern, Ergebnisse von Projekten zum Thema Klimaschutz sowie digitale Lösungen aufgezeigt. Das Dokument dient als Ergänzung zum Maßnahmenkatalog zur klimafreundlichen Produktgestaltung ([LINK](#)).

**Gebeco**  
**Maßnahmen zur klimafreundlicheren Aufenthaltsdauer und Bevorzugung Klimafreundlicherer Airlines**  
Gebeco verfügt über einen Kriterienkatalog mit neun Nachhaltigkeitsaspekten, von denen alle Reisen mindestens drei Aspekte erfüllen müssen. Zudem gilt bei Flugreisen der Grundsatz, dass die Reisedauer bei Flügen über 800 km bis 3.800 km mindestens eine Woche beträgt, bei Flügen über 3.800 km beträgt die Reisedauer mindestens zwei Wochen. Bei der Auswahl von Fluggesellschaften orientiert sich Gebeco am atmosphere-airline-index, um Fluggesellschaften mit guter Klimaeffizienzklasse zu bevorzugen. Bei allen Reisen inkludiert Gebeco den Zug zum Flug, um die Nutzung von innerdeutschen Zubringerflügen zu reduzieren.  
[Hier geht es zum Kriterienkatalog.](#)

**Handbuch „Reisen mit Klimaschutzfaktor“**  
**Vergleich alternativer Anreisemöglichkeiten europäischer Reiseziele mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln**  
Im Handbuch „Klimaschutz auf der Mittelstrecke - Flugzeug- und autofreies Reisen in Europa“ wurde ermittelt, wie 22 beliebte europäische Reiseziele mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind. Das im Projekt entstandene Handbuch „Reisen mit Klimaschutzfaktor zeigt die CO<sub>2</sub>-Emissionen verschiedener Verkehrsmittel für die 22



# Zentrale Ergebnisse Arbeitspaket 3: Schulung & Sensibilisierung



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

## Arbeitspaket 3

Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter\*innen aus relevanten Abteilungen



- 1) Auftragsvergabe Schulungspartner
- 2) Ergebnisse der Bedarfsanalyse
- 3) Entwicklung Schulungsprogramm
  - Methodik & Lernziele
  - Vorgehen zur Entwicklung inkl. Zeitplan
  - Ergebnis
    - Struktur des Schulungsprogramms
    - Inhalte des Schulungsprogramms
- 4) Erprobung mit Pilotunternehmen und Feedback
- 5) Zugang zum finalen Schulungsprogramm

# Überblick Arbeitspaket 3

---



## Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter\*innen aus relevanten Abteilungen

- Entwicklung von bedarfsgerechten Schulungsformaten und -materialien für interne Stakeholder, z.B.:
  - Präsenz -/ bzw. digitale Live- Veranstaltung zu Beginn: Einführung/ Informationsveranstaltung inkl. Möglichkeit für Rückfragen / Dialog
    - Klimawirkung der angebotenen Produkte
    - Nutzung der in AP 2 entwickelten Instrumente und Methoden zur Analyse der Produktportfolios
    - Handlungsmöglichkeiten zur Erzielung von Emissionsreduktionen im Produktportfolio
  - Webinare, E-Learnings/ kurze Videoclips o.ä. (mit Möglichkeit für dauerhaften Zugriff) zwecks kontinuierlicher Bereitstellung der Informationen
- Erprobung und Weiterentwicklung des Schulungsprogramms mit internen Stakeholdern
- Einbeziehung aller Fachabteilungen, die innerhalb des jeweiligen Unternehmens Produktentscheidungen treffen, z.B.: Unternehmensleitung, Produktmanagement, Hotel- und Flugeinkauf, Vertrieb (über alle Hierarchieebenen)

# Arbeitspaket 3

## Auftragsvergabe Schulungspartner

---



- Vergabeprozess nach den Regelungen der Unterschwellenvergabeverordnung (UVgO) durchgeführt
- Entscheidung für mascontour als Schulungspartner im April 2024
  - Erfüllung aller Eignungskriterien
  - Höchste Punktzahl bei den Qualitätskriterien im Vergleich mit den anderen Anbietern
  - Mascontour bietet alle benötigten Kompetenzen/ Erfahrungen
    - Vielfältige Erfahrung mit der Entwicklung/Umsetzung von Schulungen/Trainings
    - Starke Kompetenz Thematik Klima/Nachhaltigkeit im Tourismus
    - Jahrzehntelange Erfahrung in der Tourismusbranche → gutes Wissen hinsichtlich Workflows bei Reiseveranstaltern
  - Sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis

# Arbeitspaket 3

## Der Weg zum Schulungsprogramm



### Bedarfsanalyse zum Schulungsprogramm

- Online-Befragung mit 63 Teilnehmenden
- Fokusgruppen-Interview mit 10 Teilnehmenden

### Entwicklungsstufen des Schulungsprogramms

- Outline zum Schulungsprogramm (Feedbackschleife 1)
- Inhaltliches Konzept (Feedbackschleife 2)
- Umsetzung im Authoring Tool Articulate Rise (Feedbackschleife 3)
- Bereitstellung des Schulungsprogramms auf der Plattform „confetti“
- Testphase des Schulungsprogramms und Online-Evaluierung (Feedbackschleife 4)
  - Anzahl der Teilnehmenden: **86** Absolvierung des gesamten Schulungsprogramms: **50** Teilnahme an der Online-Evaluierung: **46**

### Bestandteile des Schulungsprogramms

- 4 Microlearning-Module mit 16 Lektionen
- 2 Kick-off Webinare, 3 Climate (Ex-)Change Webinare, 5 individuelle Coaching-Webinare

# Arbeitspaket 3

## Bedarfsanalyse zum Schulungsprogramm

---



### Wissensstand zu klimafreundlichen Reisen:

- 52,5 % der Befragten haben ein grundlegendes Verständnis von Klimaschutz im Tourismus
- Nur 6,8 % fühlen sich umfassend informiert und erfahren in der Umsetzung

### Weiterbildungsbedarf:

Hoher Bedarf in den Bereichen:

- Praktische Instrumente und Tipps zur klimafreundlichen Produktentwicklung
- CO<sub>2</sub>e-Berechnung und Kompensation
- Klimafreundliche Mobilität und Aktivitäten vor Ort

### E-Learning-Präferenzen:

Besonders positiv bewertet wurden:

- Jederzeitiger Zugang, Benutzerfreundlichkeit und klare Navigation, praxisnahe Inhalte

### Ergänzende Lernformate:

Besonders geschätzt wurden:

- Abschlusstest mit Zertifikat, Online-Sprechstunden, vertiefende Webinare

# Arbeitspaket 3

## Bedarfsanalyse zum Schulungsprogramm

---



### Schulungsinhalte:

- Bedarf an Grundlagenvermittlung zu Klimaschutz und Tourismus
- Inhalte zu klimafreundlicher Kommunikation und Vertrieb als notwendig erachtet
- Einbezug von CO<sub>2</sub>-Kompensation wurde als relevant angesehen

### Ergänzende Materialien:

- Die Teilnehmer befürworteten Tests und Zertifikate als Motivation
- Downloads zur Vertiefung und individualisierte Webinare wurden als wichtig hervorgehoben

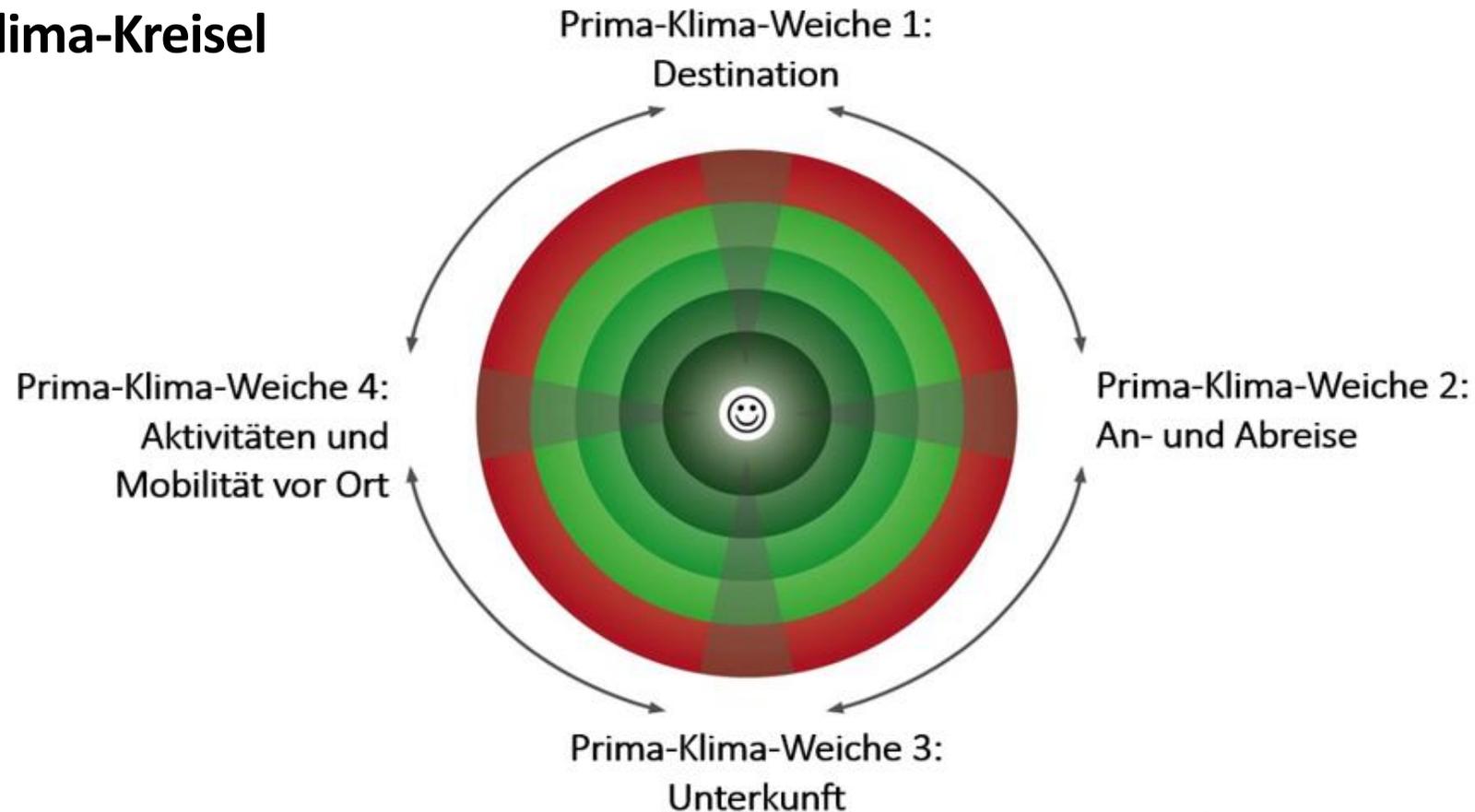
### Customer Journey:

- Klimafreundlichkeit in allen Phasen der Reise (Destination, An- und Abreise, Unterkunft, Aktivitäten) als zentral erkannt
- Fokus auf konkrete Praxisbeispiele für E-Learning empfohlen

# Arbeitspaket 3

## Methodischer Ansatz zum Schulungsprogramm

### Prima-Klima-Kreisel



© mascontour 2022

# Arbeitspaket 3

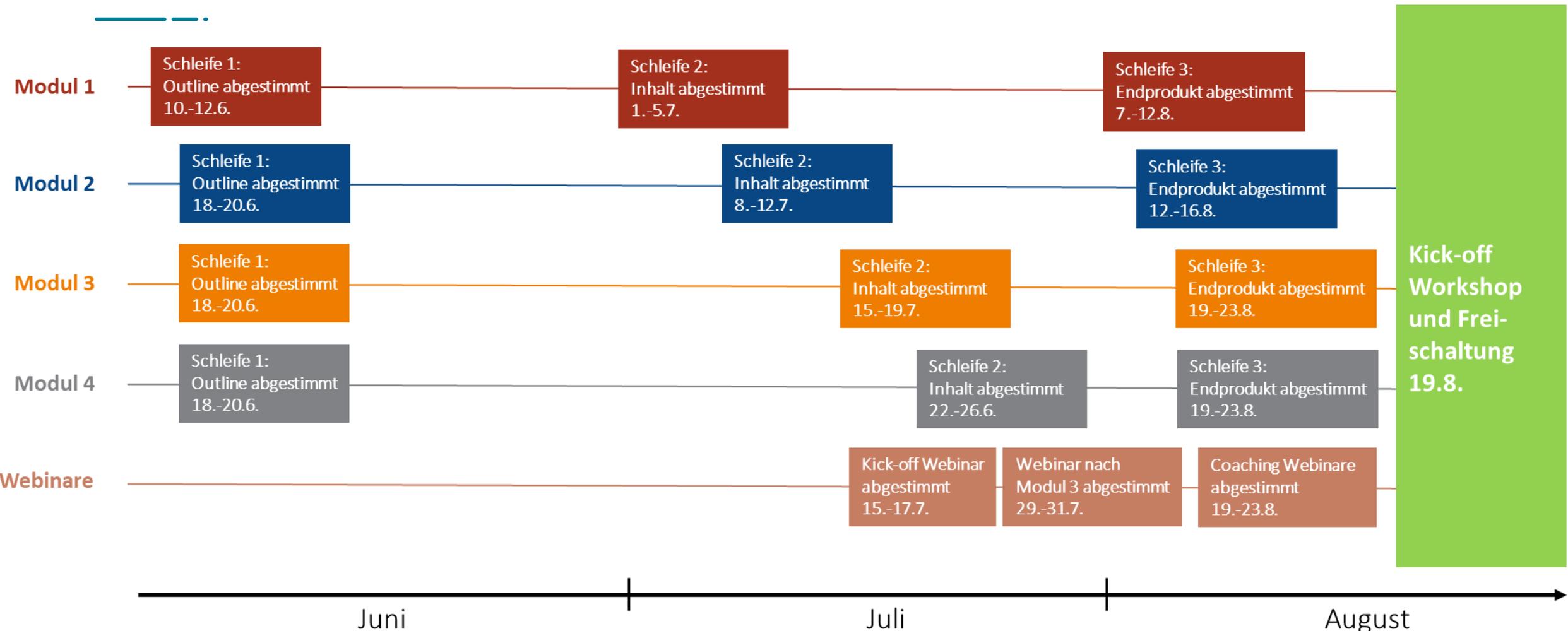
## Lernziele des Schulungsprogramms

---



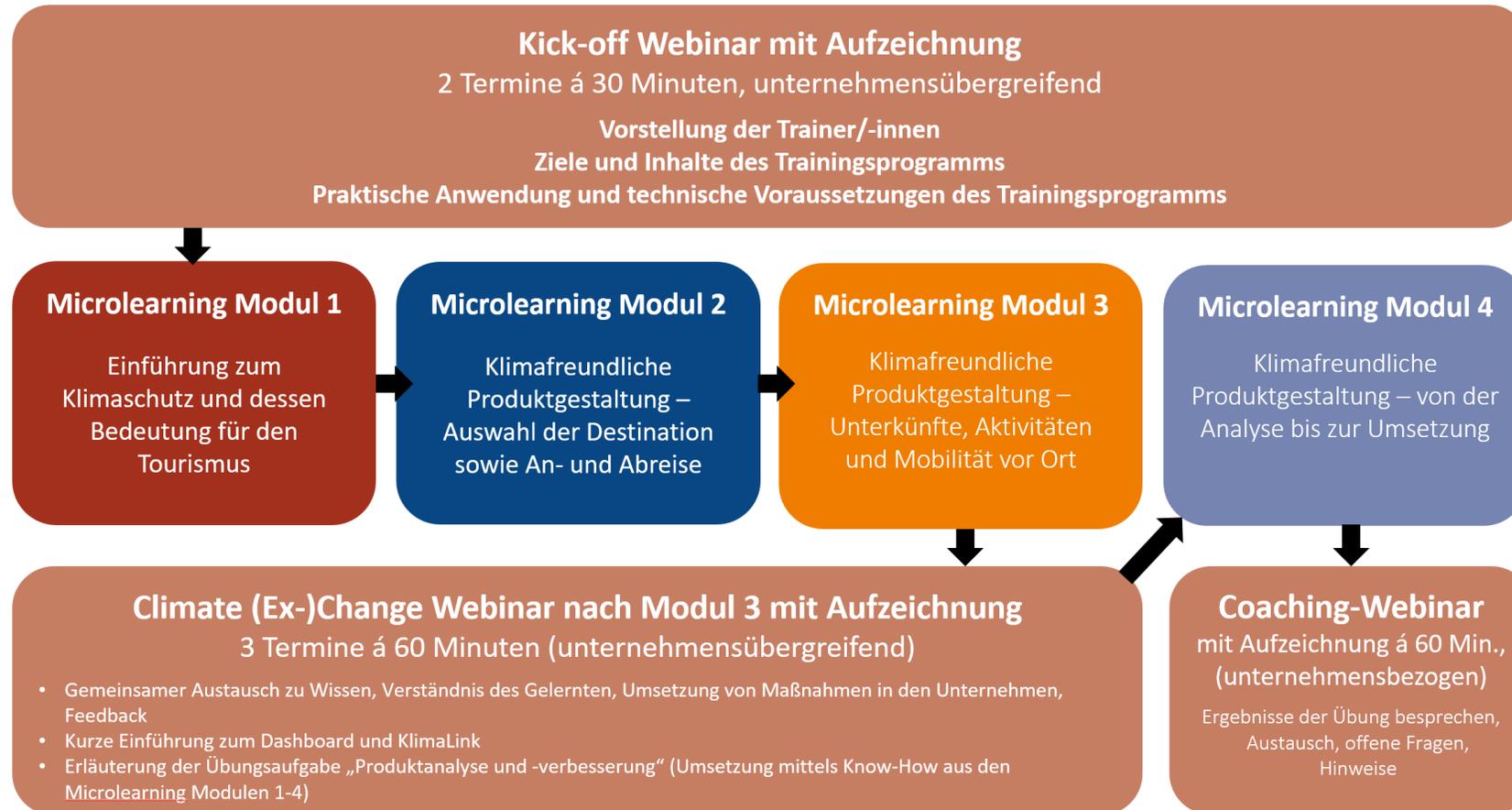
- 1. Hintergründe des Klimawandels verstehen und den Zusammenhang zwischen Tourismus und Klimaschutz erkennen:**  
Die Lernenden sind in der Lage, die wesentlichen Ursachen und Folgen des Klimawandels zu benennen, kennen die Auswirkungen des Tourismus auf den Klimawandel als wesentlichen Baustein einer nachhaltigen Tourismusedwicklung und wissen, wo sie wirkungsvoll bei der Reduktion von Emissionen ansetzen können.
- 2. Basiswissen zur klimafreundlichen Produktgestaltung entlang der touristischen Wertschöpfungskette erwerben und befähigt sein, dieses im Arbeitsalltag wirkungsvoll anzuwenden:**  
Die Lernenden sind in der Lage, die Bedeutung und Effektivität von Klimaschutzmaßnahmen einer Destination zu beurteilen, wirkungsvolle Maßnahmen für eine klimafreundlichere An- und Abreise anzuwenden sowie eine qualifizierte Auswahl klimafreundlicher Unterkünfte, Aktivitäten und Transportmittel vor Ort zu treffen.
- 3. Vorgehensweise für eine klimafreundliche Produktgestaltung kennenlernen und Kenntnisse zur erfolgreichen Vermarktung und Kommunikation von klimafreundlichen Produkten aneignen:**  
Die Lernenden sind in der Lage, bestehende oder neue Produkte strukturiert und schrittweise klimafreundlich zu gestalten sowie nach außen attraktiv zu vermarkten und plausibel zu kommunizieren.

# Arbeitspaket 3: Vorgehensweise & Zeitplan zur Entwicklung des Schulungsprogramms



# Arbeitspaket 3

## Struktur des Schulungsprogramms



# Arbeitspaket 3

## Inhalte des Schulungsprogramms

### Modul 1: Einführung zum Klimaschutz und dessen Bedeutung für den Tourismus

#### Angestrebte Lernziele:

- 1. Hintergründe und Zusammenhänge verstehen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, wie die Themen Klimawandel und Klimaschutz in den Gesamtkontext einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus eingebettet sind und welche politischen Zielvorgaben zu erfüllen sind.
- 2. Bewusstsein zum Klimawandel stärken und Basiswissen zu Klimaschutz im Tourismus erwerben**
  - Den Lernenden wird vermittelt, welche Relevanz der Klimawandel für unsere Erde im Allgemeinen und den Tourismus im Speziellen hat und warum Klimaschutz im Tourismus notwendig ist.
- 3. Verknüpfung des Gelernten mit dem Arbeitsalltag der Lernenden herstellen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, welche Stellschrauben für eine klimafreundliche Produktgestaltung relevant sind.

#### Erwartete Lernerfolge:

- 1. Der Zusammenhang zwischen Tourismus und Klimawandel ist bekannt**
  - Die Lernenden sind in der Lage, Beispiele zu benennen, wie sich der Tourismus auf den Klimawandel und umgekehrt auswirkt.
- 2. Die Bedeutung des Klimaschutzes für den Tourismus kann vermittelt werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, den Begriff Klimaschutz zu erläutern und seine Bedeutung im touristischen Kontext zu erklären.
- 3. Der Zusammenhang zwischen Produktentwicklung und Klimaschutz ist verstanden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, die Schnittstellen zwischen touristischer Produktentwicklung und Klimaschutz zu identifizieren und wissen, wo sie bei einer klimafreundlichen Produktgestaltung ansetzen müssen.

#### Lektion 1

Was versteht man unter einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus?

#### Lektion 2

Was steckt hinter dem Begriff „Klimawandel“?

#### Lektion 3

Welchen Einfluss hat der Klimawandel auf den Tourismus?

#### Lektion 4

Warum ist Klimaschutz im Tourismus von großer Bedeutung?

#### Lektion 5

Wo kann ich als Produktmanager beim Klimaschutz ansetzen? (Einführung Prima-Klima-Kreisel und KPIs)

# Arbeitspaket 3

## Inhalte des Schulungsprogramms



### Modul 2: Klimafreundliche Produktgestaltung – Auswahl der Destination sowie An- und Abreise

#### Angestrebte Lernziele:

- 1. Hintergründe und Zusammenhänge verstehen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, welcher Zusammenhang zwischen der An- und Abreise und Auswahl der Destination in Bezug auf den Klimawandel besteht.
- 2. Basiswissen für eine klimafreundlichere Produktgestaltung erwerben**
  - Den Lernenden wird vermittelt, wodurch sich eine klimafreundliche Destination sowie An- und Abreise auszeichnet.
- 3. Verknüpfung des Gelernten mit dem Arbeitsalltag der Lernenden herstellen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, mit welchen Maßnahmen sie zu einer klimafreundlicheren An- und Abreise beitragen können.

#### Erwartete Lernerfolge:

- 1. Der Zusammenhang zwischen An- und Abreise sowie der Auswahl der Destination für den Klimaschutz ist verstanden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, die herausragende Bedeutung der An- und Abreise für den Klimaschutz zu erläutern und den Einfluss der Destinationsauswahl auf eine klimafreundliche Produktgestaltung zu erklären.
- 2. Bei der Auswahl einer Destination können Klimaschutzaspekte mitberücksichtigt werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, im Rahmen der Produktentwicklung bzw. Destinationsauswahl die Bedeutung und Effektivität von Klimaschutzmaßnahmen einer Destination einzuschätzen.
- 3. Die An- und Abreise kann klimafreundlicher gestaltet werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, im Rahmen der Produktpassung oder Neuentwicklung wirkungsvolle Maßnahmen für eine klimafreundlichere An- und Abreise anzuwenden.

#### Lektion 1

Was macht eine klimafreundlichere Destination aus?

#### Lektion 2

Woran erkenne ich als Produktmanager eine klimafreundlichere Destination?

#### Lektion 3

Welchen Einfluss hat die An- und Abreise auf den Klimawandel?

#### Lektion 4

Wie kann ich als Produktmanager zu einer klimafreundlicheren An- und Abreise beitragen?

# Arbeitspaket 3

## Inhalte des Schulungsprogramms



### Modul 3: Klimafreundliche Produktgestaltung – Unterkünfte, Aktivitäten und Mobilität vor Ort

#### Angestrebte Lernziele:

1. **Hintergründe und Zusammenhänge verstehen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, was einen klimafreundlichen Aufenthalt vor Ort kennzeichnet.
2. **Basiswissen für eine klimafreundlichere Produktgestaltung erwerben**
  - Den Lernenden wird vermittelt, wodurch sich klimafreundlichere Unterkünfte, Aktivitäten und Transportmittel vor Ort grundsätzlich auszeichnen.
3. **Verknüpfung des Gelernten mit dem Arbeitsalltag der Lernenden herstellen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, anhand welcher Merkmale / Kriterien sie klimafreundlichere Unterkünfte, Aktivitäten und Transportmittel vor Ort erkennen.

#### Erwartete Lernerfolge:

1. **Die Produktentwicklung für Leistungsbausteine vor Ort kann klimafreundlicher gestaltet werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, im Rahmen der Produktpassung oder -neuentwicklung eine qualifizierte Auswahl klimafreundlicherer Unterkünfte, Aktivitäten und Transportmittel vor Ort zu treffen.
2. **Die Existenz und Bedeutung von Zertifikaten als Orientierung für Klimafreundlichkeit kann realistisch beurteilt werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, den Mehrwert und die Grenzen von Zertifikaten hinsichtlich ihres Beitrags zur Klimafreundlichkeit einzuschätzen.

#### Lektion 1

Woran erkenne ich als Produktmanager klimafreundlichere Unterkünfte?

#### Lektion 2

Woran erkenne ich als Produktmanager klimafreundlichere Aktivitäten vor Ort?

#### Lektion 3

Wie kann ich als Produktmanager zu einer klimafreundlicheren Mobilität vor Ort beitragen?

#### Lektion 4

Welche Bedeutung spielen Zertifikate für die Beurteilung der Klimafreundlichkeit?

# Arbeitspaket 3

## Inhalte des Schulungsprogramms



### Modul 4: Klimafreundliche Produktgestaltung – von der Analyse bis zur Umsetzung

#### Angestrebte Lernziele:

- 1. Hintergründe und Zusammenhänge verstehen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, wodurch sich eine klimafreundlichere Produktgestaltung insgesamt auszeichnet.
- 2. Basiswissen für eine klimafreundlichere Produktgestaltung erwerben**
  - Den Lernenden wird vermittelt, worauf es bei Produktpassung oder Neuentwicklung klimafreundlicherer Produkte sowie deren Vermarktung und Kommunikation ankommt.
- 3. Verknüpfung des Gelernten mit dem Arbeitsalltag der Lernenden herstellen**
  - Den Lernenden wird vermittelt, mit welchen Schritten und Maßnahmen sich die Produktpassung oder Neuentwicklung klimafreundlicherer Produkte sowie deren Vermarktung und Kommunikation realisieren lässt.

#### Erwartete Lernerfolge:

- 1. Die Merkmale und Besonderheiten einer klimafreundlicheren Produktgestaltung sind verstanden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, den Unterschied zwischen klimafreundlicher und nicht-klimafreundlicher Produktgestaltung zu erkennen und zu erklären.
- 2. Die Vorgehensweise bei der klimafreundlicheren Anpassung bestehender Produkte kann angewendet werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, in strukturierter Form bestehende Produkte schrittweise an klimafreundlichere Anforderungen anzupassen.
- 3. Die Vorgehensweise bei der Neuentwicklung von klimafreundlicheren Produkten kann angewendet werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, in strukturierter Form neue Produkte schrittweise klimafreundlicher zu entwickeln.
- 4. Die Vermarktung und Kommunikation von klimafreundlicheren Produkten kann erfolgreich umgesetzt werden**
  - Die Lernenden sind in der Lage, klimafreundliche Produkte auf ansprechende und überzeugende Weise nach außen zu vermarkten und zu kommunizieren.

#### Lektion 1

Was macht eine klimafreundlichere Produktgestaltung aus?

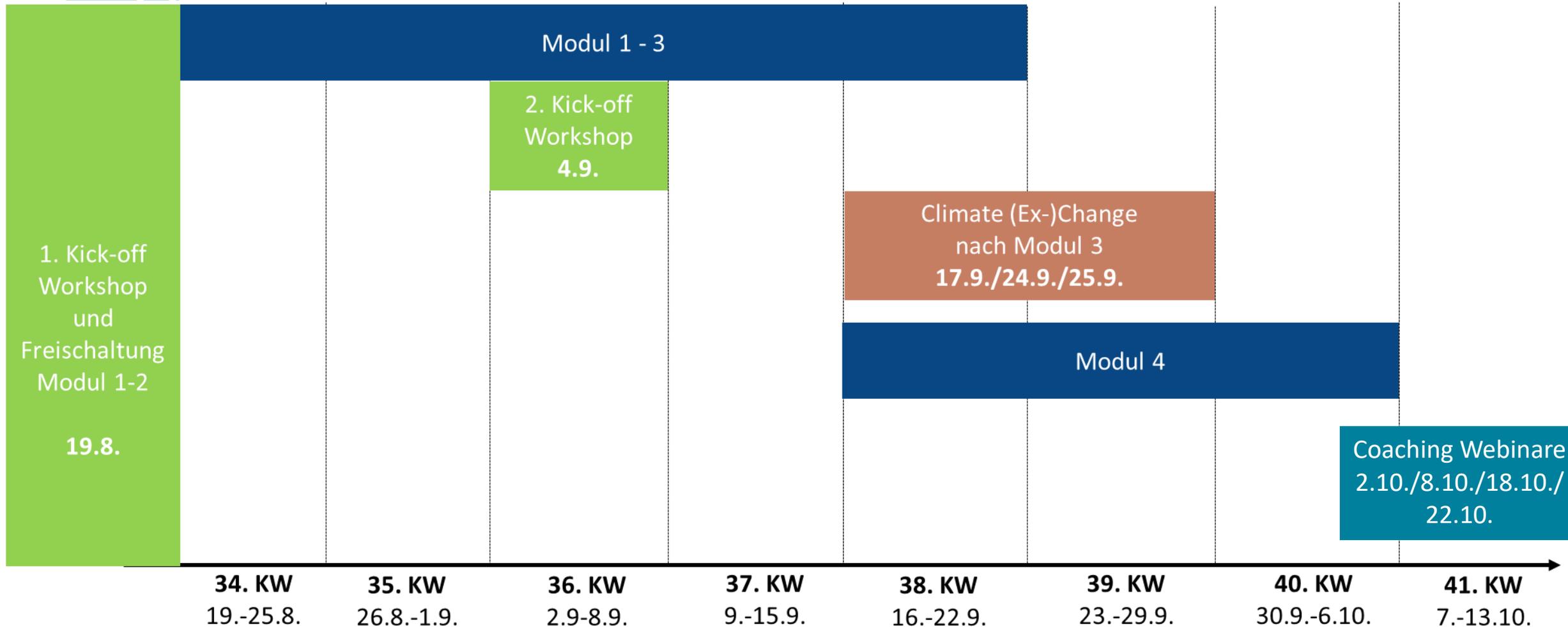
#### Lektion 2

Wie gehe ich als Produktmanager bei der Entwicklung klimafreundlicherer Produkte vor?

#### Lektion 3

Was ist bei der Kommunikation und Vermarktung von klimafreundlicheren Produkten zu beachten?

# Arbeitspaket 3: Vorgehensweise & Zeitplan zur Erprobung des Schulungsprogramms



# Arbeitspaket 3

## Feedback zum Schulungsprogramm



### Zufriedenheit mit dem Schulungsprogramm

Die Gesamtbewertung des Schulungsprogramms, bestehend aus den E-Learning-Modulen und den Webinaren, fiel ausgesprochen positiv aus:

- **68%** der Teilnehmenden waren "zufrieden" und **27%** sogar "sehr zufrieden".
- Es gab keinerlei negative Bewertungen, was darauf hinweist, dass das Programm die Erwartungen der meisten Teilnehmenden vollkommen erfüllen konnte.

### Struktur und Aufbau der E-Learning-Module

Auch die Struktur und der Aufbau der Module erhielten ein sehr gutes Feedback:

- **56%** der Befragten fanden die Module "gut strukturiert", während **33%** sie als "sehr gut strukturiert" bezeichneten.
- Nur **11%** der Befragten waren neutral eingestellt und niemand bewertete die Struktur als unübersichtlich. Dies deutet darauf hin, dass der inhaltliche Aufbau klar und durchdacht gestaltet wurde.

### Verständlichkeit der Inhalte

Die Verständlichkeit der vermittelten Inhalte war ebenfalls eine große Stärke des Programms:

- **53%** der Teilnehmenden empfanden die Inhalte als "sehr verständlich", während **42%** sie als "verständlich" bewerteten.
- Nur **4%** empfanden die Inhalte als "teilweise verständlich", und niemand beurteilte sie als schwierig. Dies verdeutlicht, dass die didaktische Aufbereitung der Inhalte für die Mehrheit der Teilnehmenden sehr zugänglich war.

# Arbeitspaket 3

## Feedback zum Schulungsprogramm

---



Die Integration von interaktiven Elementen (z.B. Quizze, Szenarien, Übungen) wurde von den Teilnehmenden ebenfalls positiv aufgenommen:

- **44%** bewerteten die Häufigkeit der interaktiven Elemente als "sehr gut" und **36%** als "gut".
- Lediglich **7%** empfanden sie als "nicht so gut". Das zeigt, dass die interaktiven Komponenten einen wertvollen Beitrag zum Lernerlebnis geleistet haben.

### Grafische und visuelle Gestaltung

Auch die grafische Gestaltung der Module stieß auf viel Zuspruch:

- **44%** der Befragten bezeichneten die visuelle Gestaltung als "ansprechend", und **38%** fanden sie sogar "sehr ansprechend".
- Nur **2%** fanden die Gestaltung "wenig ansprechend", was verdeutlicht, dass die optische Präsentation im Großen und Ganzen überzeugte.

### Praktische Beispiele und Anwendungen

Die Praxisnähe des Kurses, insbesondere durch praktische Beispiele und Anwendungen, wurde ebenfalls überwiegend positiv beurteilt:

- **40%** der Befragten empfanden die praktischen Beispiele als "gut", während **36%** sie als "sehr gut" einschätzten.
- **22%** fanden die Beispiele nur "teilweise gut", aber niemand bewertete sie als unzureichend. Dies zeigt, dass der praktische Bezug für die Mehrheit der Teilnehmenden gegeben war.

# Arbeitspaket 3

## Feedback zum Schulungsprogramm



### Nutzung von Downloads

Die angebotenen Downloads, wie Checklisten und Leitfäden, fanden ebenfalls große Zustimmung:

- **38%** fanden die Downloads "hilfreich", und **36%** bezeichneten sie als "sehr hilfreich".
- Nur **18%** waren neutral eingestellt, was verdeutlicht, dass die Downloads als wertvolle Ergänzung zu den vermittelten Inhalten wahrgenommen wurden.

### Dauer der E-Learning-Module

Die Dauer der Module wurde mehrheitlich als passend wahrgenommen:

- **58%** empfanden die Dauer als "angemessen", während **42%** sie als "zu lang" bewerteten.
- Niemand hingegen fand die Module "zu kurz".

### Empfehlungswahrscheinlichkeit

Die Frage, ob die Teilnehmenden den Kurs weiterempfehlen würden, wurde ebenfalls positiv beantwortet:

- **42%** würden den Kurs "wahrscheinlich" weiterempfehlen, während **29%** dies als "sehr wahrscheinlich" ansahen.
- **22%** waren unentschlossen, was darauf zurückzuführen ist, dass die Einflußmöglichkeiten der Befragten auf eine klimafreundlichere Produktgestaltung in ihren jeweiligen Unternehmen begrenzt ist.

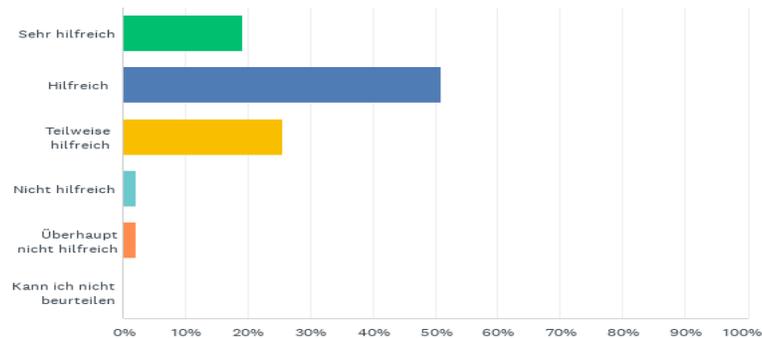
# Arbeitspaket 3

## Feedback zum Schulungsprogramm

### Beurteilung der vier Microlearning-Module

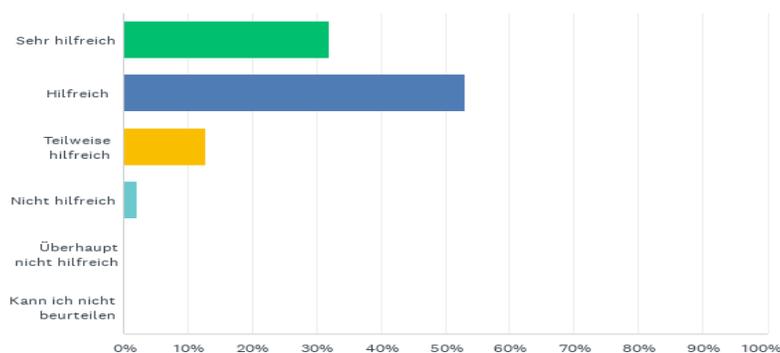
#### MODUL 1:

Einführung in den Klimaschutz und dessen Bedeutung für den Tourismus



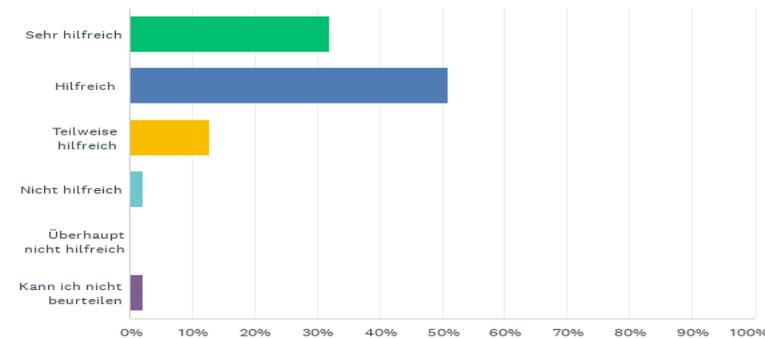
#### MODUL 2:

Klimafreundliche Produktgestaltung – Auswahl der Destination sowie An- und Abreise



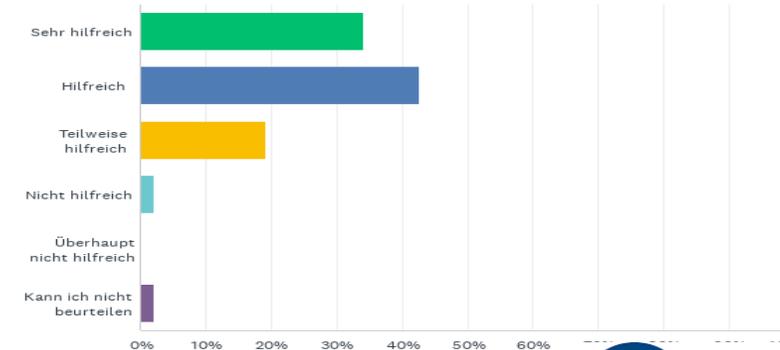
#### MODUL 3:

Klimafreundliche Produktgestaltung – Unterkünfte, Aktivitäten und Mobilität vor Ort



#### MODUL 4:

Klimafreundliche Produktgestaltung – von der Analyse bis zur Umsetzung



n = 46

# Arbeitspaket 3

## Zugang zum finalen Schulungsprogramm



Willkommen zum Schulungsprogramm

### Klimafreundliche Produktgestaltung

Unser Schulungsprogramm wendet sich direkt an Produktmanager:innen von Reiseveranstaltern. Aber natürlich bietet es auch darüber hinaus allen, die mit der Entwicklung, Vermarktung und dem Vertrieb touristischer Produkte in eurem Unternehmen sowie Partnerorganisationen zu tun haben, wichtige praktische Hinweise für den Arbeitsalltag. Somit spricht unser Schulungsprogramm einen breiten Kreis von Personen an, auch wenn sie nicht immer explizit benannt werden. Mehr erfährst du in unserem Intro-Video.

**Module**

- Modul 1: Einführung zum Klimaschutz und dessen Bedeutung für den Tourismus
- Modul 2: Klimafreundliche Produktgestaltung – Destination sowie An- und Abreise
- Modul 3: Klimafreundliche Produktgestaltung – Unterkünfte, Aktivitäten und Mobilität vor Ort
- Modul 4: Klimafreundliche Produktgestaltung – von der Analyse bis zur Umsetzung

Hier kannst du uns kontaktieren

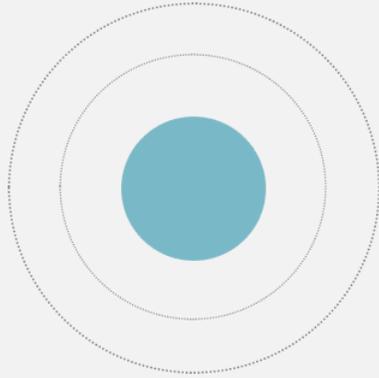
Name  E-Mail  Nachricht

Senden

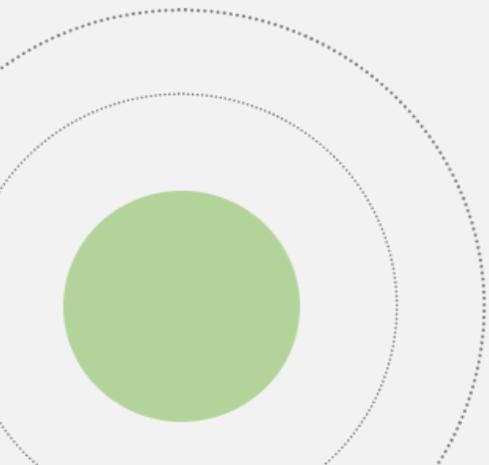


- Dauerhafter, kostenloser Zugang zum Schulungsprogramm über die „confetti“ E-Learning Plattform von mascontour
- Flankierende, individuelle Webinare werden zukünftig kostenpflichtig durch mascontour angeboten

Link zum Schulungsprogramm: <https://confettihub.net/futouris/>



# Zentrale Ergebnisse Arbeitspaket 4 Erprobung & Optimierung



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Inhalt

## Arbeitspaket 4

Erprobung, Optimierung und  
Dissemination der entwickelten  
Instrumente



## 1) Erprobung & Optimierung

- Praxistest entwickelte Instrumente: Umsetzung von Produkt- und Portfolioanalysen durch Pilotunternehmen
- Feedback: Prozess und Ergebnisse
- Optimierung/Finalisierung Instrumente

## 2) Dissemination der finalen Ergebnisse

# Arbeitspaket 4 im Überblick

---



## Erprobung und Optimierung der Methodensets / Dissemination der Ergebnisse

- Umsetzung von Produkt- und Portfolioanalysen unter Anwendung der entwickelten KPIs und Methoden durch die teilnehmenden Reiseveranstalter, dabei Coaching durch das Projektteam
- Feedbackprozess mit Pilotunternehmen zur Praxistauglichkeit der KPIs, Methoden und des Maßnahmenkatalogs
- Optimierung der entwickelten KPIs, Methoden und Maßnahmenvorschläge auf Basis der Anwendungsergebnisse
- Ergebnis: Finales Set/ Toolbox mit KPI, Methoden und Maßnahmenvorschlägen
- Dissemination der Ergebnisse zur breiten Nutzung durch die Reisebranche

# Arbeitspaket 4

## Praxistest zur Erprobung

---



### Praxistest zur Erprobung der entwickelten Instrumente: Umsetzung von Produkt- und Portfolioanalysen

**Ziel:** Der Praxistest prüft die Funktionalität des Trackers in Kombination mit dem Handbuch und den notwendigen Prozessen. Der Fokus lag auf der Praxistauglichkeit, insbesondere zum Vergleich der Klimawirkung von Reisen innerhalb einzelner Cluster und im Gesamtportfolio. Der Test fand vom 26. September 2024 bis Ende Oktober 2024 statt.

**Vorgehensweise:** Die Durchführung orientierte sich an den realen Prozessen der späteren Nutzung und erfolgte zweistufig. Die Taskforce-Mitglieder analysierten das Gesamtportfolio auf Führungsebene während die Produktmanager:innen die Analysen auf Bereichsebene durchführten. Alle notwendigen Prozessschritte – von der Individualisierung bis zur Analyse und Interpretation – wurden auf beiden Ebenen durchlaufen.

**Anforderungen und Rahmenbedingungen:** Bei der Cluster-Analyse sollten mindestens 5 Reiseprodukte pro Cluster eingepflegt werden und für die Gesamtportfolioanalyse waren mindestens 3 Cluster erforderlich. Jeder Teilnehmer:in füllte einen standardisierten Excel-Feedbackfragebogen aus.

**Ergebnisse:** Sechs Pilotunternehmen nahmen teil, drei stellten auch ihre Gesamtportfolioanalysen bereit. Insgesamt wurden über 10 Cluster und mehr als 50 Reisen für die Auswertung des Tests zur Verfügung gestellt. Innerhalb der Unternehmen wurden jedoch deutlich mehr Reisen und Cluster analysiert, die aus Datenschutzgründen nicht vollständig übermittelt wurden. Final lagen sieben detaillierte Feedbackfragebögen zur Auswertung der Tracker-Funktionen vor.

# Arbeitspaket 4

## Feedback zum Praxistest

### Ergebnisse des Praxistests: Auswertung der Feedbackfragebögen

Feedback (Prozess und Ergebnisse) zum Praxistest							
(Bewertungen von 7 Feedbackbögen über insgesamt 19 Items für 5 Themenbereiche, skalierte Abfrage auf einer Skala von 5=trifft voll und ganz zu bis 1=trifft überhaupt nicht zu, Oktober 2024)							
	Mittelwert je Item	Mittelwert je Thema	Feedback je Thema (Erreichen der vollen 5 Punkte = 100%)				
			1	2	3	4	5
<b>TF: Feedback zum Ablauf/Vorgehensweise</b>							
Der Ablauf zur Nutzung und Weitergabe des Trackers ist klar.	4,3	4,5	90%				
Der Ablauf zum Erstellen einer Gesamtportfolioanalyse ist klar.	4,5						
Die Individualisierungen der Eingabemaske sind hilfreich.	4,3						
Die Anleitung im Handbuch zur Vorgehensweise ist hilfreich.	4,8						
<b>PM: Feedback zur Datenpflege</b>							
Die Anweisungen zur Dateneingabe im Tracker sind verständlich.	4,5	4,5	90%				
Die Ansicht in der Datenpflege ist übersichtlich.	4,8						
Die Funktionen der Datenpflege sind intuitiv.	4,5						
Die Einfärbung der KPI-Spalten ist hilfreich für eine erste Bewertung der Reisen.	4,2						
<b>TF und PM: Feedback zur Dashboardansicht</b>							
Das Dashboard ist übersichtlich.	4,2	3,8	76%				
Das Dashboard hat alle Informationen, die wir benötigen.	3,5						
Die Punktdiagramme (Entscheidungsmatrizen) sind verständlich.	4,0						
Das Dashboard hilft bei der Auswahl von Reisen mit Handlungsbedarf.	3,7						
Das Dashboard hilft bei der Priorisierung der Reisen mit Handlungsbedarf.	3,7						
<b>TF und PM: Feedback zum Handbuch</b>							
Das Handbuch ist übersichtlich.	4,2	4,6	92%				
Das Handbuch ist vollständig.	4,8						
Das Handbuch ist verständlich.	4,8						
<b>TF und PM: Zukunftsperspektive</b>							
Der Tracker ist für die praktische Anwendung im Produktmanagement geeignet.	3,6	3,4	67%				
Ich kann mir vorstellen, den Tracker in Zukunft weiterhin für die Analyse der Klimawirkung meines Produktportfolios zu nutzen.	3,3						
Wir planen, die Funktionalitäten des Trackers langfristig in unsere unternehmenseigenen Systeme zu übernehmen.	3,2						
<b>Gesamtbewertungen des Travel Emissions Trackers</b>		<b>4,1</b>	<b>83%</b>				

# Arbeitspaket 4

## Optimierungen auf Basis der Erprobung

---

### Ergebnisse des Praxistests und Optimierung der Instrumente

Der Praxistest ergab insgesamt positive Bewertungen für den Prozessablauf, die Datenpflege und das Handbuch des Trackers. Verbesserungspotenzial wurde vor allem bei den Dashboardfunktionen und der Zukunftsperspektive des Trackers identifiziert.

- **Dashboardfunktionen:** Basierend auf den Rückmeldungen wurde der entsprechende Abschnitt im Handbuch erweitert. Dieser liefert nun detailliertere Hinweise zur Analyse, Interpretation und Ableitung von Handlungsempfehlungen. Die Überarbeitung betont die Notwendigkeit, die Handbuchempfehlungen konsequent in den Analyse- und Interpretationsprozessen einzusetzen.
- **Zukunftsperspektive:** Ein Kritikpunkt war der derzeit hohe Aufwand für die Dateneingabe. Für eine dauerhafte Nutzung macht es gerade bei größeren Unternehmen Sinn, die Logik und Funktionen des Trackers in unternehmenseigene Systeme zu überführen, um Daten automatisiert analysieren zu können. Um dies zu ermöglichen, wurde bereits im Projektverlauf eine [generische Anleitung](#) entwickelt, die die Logik und Funktionen des Trackers systematisch erklärt. Integriert darin ist ein Lastenheft, welches alle implementierten Funktionen und Berechnungslogiken detailliert beschreibt. Ziel ist es, eine einfache Integration in unterschiedliche IT-Systeme und Technologien zu ermöglichen.
- **Langfristige Zielsetzung:** Durch die Plattformunabhängigkeit des Tools können interessierte Unternehmen die Funktionen – darunter die Berechnung und Farbkategorisierung von KPIs, die Darstellung von Reisen in Entscheidungsmatrizen und die Übertragung aufs Gesamtportfolio – automatisiert in ihre eigenen Systeme übernehmen. Dies sichert die Funktionalität des Tools nachhaltig und fördert seine breite Anwendbarkeit.

# Arbeitspaket 4 Überblick: Finale Toolbox



Travel Emissions Tracker

Tracker Handbuch & Erklärvideo

Generische Anleitung / Lastenheft

5) Maßnahmen für An- und Abreise	Wirkpotenzial
Anteil der Reisebudgets „Auto- und anderer Transport“ an den CO <sub>2</sub> e-Emissionen der Reisenden	35%
Bei Reisen, die in weniger als 100 Stunden erreichbar sind, nur Bus- und Bahnreisen anbieten	direkt
Bei Reisen, die in mehr als 100 Stunden erreichbar sind, Busfahrern als bevorzugte Anreisemöglichkeit anbieten, zweites Wahl ist die Eisenbahn mit dem Plug-in als erste Wahl	indirekt
An-Abreise zum Erlebnis machen, nicht nur notwendiges Überprüfen (z.B. Einweisung, Zwischenstopps, Stopover, Local Guide etc.)	indirekt
Internationale Bahnreisen ins Portfolio integrieren	direkt
Nachfrage ins Portfolio integrieren	direkt
Verstärkte Kooperation mit ausländischen Bahnunternehmen und Bahnpartnern, um das grenzübergreifende Reisen per Bahn einfacher zu machen	indirekt
Gemeinsam mit anderen Veranstalter und Bahnpartnern eine Informationsplattform für Bahnreisen als Anreisemöglichkeit anbieten	indirekt
Bietet Online-Buchungsservice von Bahnprodukten durch Reiseveranstalter (z.B. Rail Europe, Interal, The Trainline)	indirekt
Transfer auch vom zum Bahnhof anbieten, nicht nur vom zum Flughafen	direkt
Prüfen, ob Charterflüge attraktiv sind, alternativ zu Charterflügen für die Anreise in Frage kommen und sie ggf. anbieten	indirekt
Beurteilung für klimafreundliches Verhalten/Verweise exklusiv für Kunden anbieten, die sich für eine Anreise mit Bus und Bahn entscheiden (z.B. Green an der Hotelbuchung, Green Travel, emissions.ggf. auch bei Travelist auf Verlangen)	indirekt
Bei Anreise mit PKW: Bevorzugung von Destinationen mit geeigneter, kostenarmer Parkmöglichkeit und entsprechende Hinweise für Kunden anbieten	indirekt

Maßnahmenkatalog

Best Practice Compilation

Indexübersicht: Klimaperformance Destinationen

Willkommen zum Schulungsprogramm

**Klimafreundliche Produktgestaltung**

Unser Schulungsprogramm wendet sich direkt an Produktmanagerinnen von Reiseveranstaltern. Aber natürlich bietet es auch darüber hinaus allen, die mit der Entwicklung, Vermarktung und dem Vertrieb touristischer Produkte in eurem Unternehmen sowie Partnerorganisationen zu tun haben, wichtige praktische Hinweise für den Arbeitsalltag. Somit spricht unser Schulungsprogramm einen breiten Kreis von Personen an, auch wenn sie nicht immer explizit benannt werden. Mehr erfährst du in unserem Intro-Video.

**Module**

- Modul 1: Einführung zum Klimaschutz und dessen Bedeutung für den Tourismus
- Modul 2: Klimafreundliche Produktgestaltung und dessen Bedeutung für den Tourismus
- Modul 3: Klimafreundliche Produktgestaltung – Unterkünfte, Aktivitäten und Mobilität vor Ort
- Modul 4: Klimafreundliche Produktgestaltung – von der Analyse bis zur Umsetzung

Schulungsprogramm

E-Learning

Flankierende Webinare

# Arbeitspaket 4

## Dissemination der Projektergebnisse



### Maßnahmen, um die Ergebnisse der Branche zur Verfügung zu stellen

- Eigene Landingpage für die Toolbox "Klimafreundliche Produktgestaltung" in der Futouris Wissenswelt (ab Januar 2025)
  - Travel Emissions Tracker (Kurzinformativ, Tool, Handbuch, Erklärvideo, generische Anleitung/Lastenheft)
  - Maßnahmenkatalog & Best Practices Compilation
- Link zum Schulungsprogramm (Kurzinformativ; Link zur Akkreditierung und zur Absolvierung des Schulungsprogrammes)
  - mascontour Confetti Lernplattform
  - E-Learning kostenlos <https://confettihub.net/futouris/>
  - Flankierende Webinare buchbar auf Anfrage
- Ergänzende Kommunikation zur Bekanntmachung 1. Quartal 2025



# Überblick: Bisherige Projektkommunikation

## Gemeinsame Projektkommunikation durch Futouris und Partner im Projektverlauf

- Veröffentlichungen auf der Futouris Webseite
  - Projektstart; Steckbrief Webseite; Präsenzworkshop; Kick-Off Schulungsprogramm
- Pressemitteilungen
  - Projektstart; Präsenzworkshop
- Social Media
  - Projektstart; Präsenzworkshop; Kick-Off Schulungsprogramm; Projektabschluss

**Futouris e.V.**  
1.402 Follower:innen  
2 Wochen • Bearbeitet

Das Futouris Projekt "Klimafreundliche Produktgestaltung" im Rahmen des BMWK LIFT Transformation Programms startet durch! Gemeinsam mit Wissenschaftspartner NIT Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH und Mitgliedsunternehmen von Futouris und forum anders reisen e.V. entwickeln wir in einem Co-Creation-Prozess praxistaugliche Instrumente und Schulungsprogramme, um die Klimawirkung in die Produktentwicklung von Reiseveranstaltern zu integrieren.

Transparenz steht dabei im Fokus! Wir wissen: Eine drastische Reduzierung der Emissionen im Tourismussektor ist dringend erforderlich, um die Klimaziele zu erreichen. In der Praxis mangelt es jedoch oft an klaren Vorstellungen und konkreten Maßnahmen für die Umsetzung. Wir arbeiten daher an Instrumenten, die direkt im Produktmanagement ansetzen und das Bewusstsein für die eigenen Handlungsmöglichkeiten von Management und Mitarbeiter:innen fördern. So können wir die Dekarbonisierung der Produktportfolios unterstützen und das Angebot klimafreundlicherer Reisen steigern.

DER Touristik Hotelplan Group FTI GROUP Gebeco Chamäleon REISEN MIT SINNEN Pardon/Heider Touristik GmbH NEUE WEGE Reisen Akwaba Afrika - Die Experten für Afrikareisen drp Kulturtours wir freuen uns auf die Zusammenarbeit an diesem zukunftsweisenden Projekt!

Stay tuned für nachhaltiges und klimafreundliches Reisen!

Zur Projektseite: [https://link.in/eES899\\_u](https://link.in/eES899_u)

#Futouris #Nachhaltigkeit #Klimaschutz #Klimafreundlich #Reisen #LIFTTransformation

**Klimafreundliche Produktgestaltung bei Reiseveranstaltern - Futouris**  
Futouris.org • Lesedauer: 1 Min.

Sie und 35 weitere Personen

4 direkt geteilte Beiträge

**Start des Schulungsprogramms zur Klimafreundlichen Produktgestaltung bei Reiseveranstaltern**

Ein großer Meilenstein auf dem Weg zum Klimaziel des Verbands „Klimafreundliche Produktgestaltung bei Reiseveranstaltern“ ist geschafft. Das Schulungsprogramm für die Mitarbeiter:innen der Mitgliedsunternehmen startet in Zukunft mit einem digitalen Kick-Off Workshop durch.

**Über das Projekt**

Das im Rahmen des BMWK LIFT Transformation Programms geführte Futouris Projekt „Klimafreundliche Produktgestaltung bei Reiseveranstaltern“ ist ein zentraler Baustein des NIT und Forum anders reisen sowie ein umfassendes Schulungsprogramm in Zusammenarbeit mit dem Schulungspartner maxtourism anberichtet, das Reiseveranstalter praxistaugliche „Tools“ und Skills zur klimafreundlichen Gestaltung und Umsetzung ihrer Produkte bietet. Das Programm richtet sich an Mitarbeiter:innen aus dem Produktmanagement sowie an alle weiteren Mitarbeiter:innen, die am Produktmanagement beteiligt sind. Ziel ist es, ihnen das notwendige Know-How und eine klimafreundliche Produktgestaltung zu vermitteln.

**Inhalte des Schulungsprogramms**

Das Schulungsprogramm setzt sich aus einer Mischung von unternehmensinternen und unternehmensübergreifenden Workshops sowie einem E-Learning-Kurs zusammen, der in viele Module unterteilt ist. Folgend wird das Programm durch eine praktische Aufgaben, die zum Abschluss mit einer Teambesprechung besprochen wird.

Im Rahmen des Programms sollen die Mitarbeiter:innen vor allem für den Klimaschutz sensibilisiert werden, andere mehr erhalten und konkrete Beispiele und Maßnahmen an der Hand von einer aktuellen Produktentwicklung eines klimafreundlichen Angebots zu verstehen. Neben den Grundlagen des Klimawandels und dessen Auswirkungen auf den Tourismus werden im Schulungsprogramm spezifische Topics und Tools erarbeitet. Diese sollen den Teilnehmenden helfen, ihre eigenen Produktangebote der touristischen Wertschöpfungskette klimafreundlich zu gestalten sowie in folgenden zu verankern und zu kommunizieren:

**Kick-Off Veranstaltung ist Startschuss für E-Learning Serie**

Der Startschuss für das Schulungsprogramm fiel am 18. August mit einem virtuellen Kick-Off-Workshop, der die Teilnehmer:innen aus verschiedenen E-Learning-Modulen entlockte. Die Mitarbeiter:innen werden über die Möglichkeiten der E-Learning-Formate (z.B. interaktive Videos, Chatrooms, Webinars) informiert. Zudem wird die Rolle der Mitarbeiter:innen im Produktmanagement klargestellt und damit einen zentralen Schritt in Richtung klimafreundliche Produktgestaltung machen.

**Ausblick des Projektes**

In der aktuellen Projektphase liegt der Fokus darauf, die erarbeiteten Ansätze des Mitarbeiter:innen-Workshops in die Praxis zu übertragen. Im Anschluss daran sollen die erarbeiteten Instrumente und Maßnahmen in einem artifizialen Prototypen in den Produktmanagementabteilungen der Unternehmen auf ihre Wirksamkeit überprüft werden. Ziel ist es, durch Produktmanagement, die Klimafreundlichkeit von Reiseveranstaltern und die Erreichung konkreter Reduktionsziele messbare Verbesserungen zu erzielen.

Die gewonnenen Erkenntnisse und erarbeiteten Lösungen werden nach Abschluss des Projekts veröffentlicht und der gesamten Branche zur Verfügung gestellt, um eine breite Verbreitung zu finden. Damit werden das Projekt einen wichtigen Beitrag zur klimafreundlichen Transformation der Tourismusbranche.

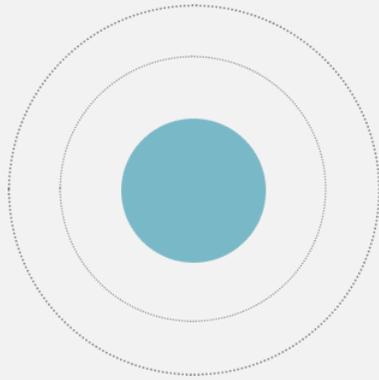
# Geplante Kommunikation zur Dissemination der Ergebnisse in 2025

---

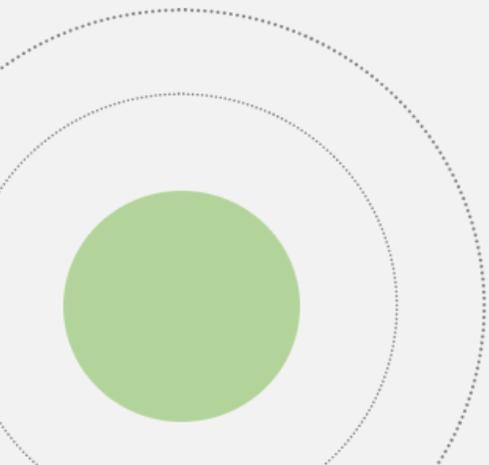


Gemeinsame Projektkommunikation durch Futouris und Partner nach Projektabschluss / zur Dissemination der Projektergebnisse

- Präsentation Ergebnisse, Launch Landingpage & Verfügbarkeit Schulungsprogramm für Branche
  - Vorstellung der Ergebnisse für die Futouris Mitgliedsunternehmen im Rahmen eines digitalen Austauschforums → Februar 2025
  - Presse/Social Media ab Februar 2025
- Vorstellung der Ergebnisse auf weiteren Branchenvents geplant, u.a.:
  - ITB März 2025
  - Futouris Jahreshauptversammlung April 2025
  - Forum anders reisen Jahrestagung Mai 2025



# Fazit



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

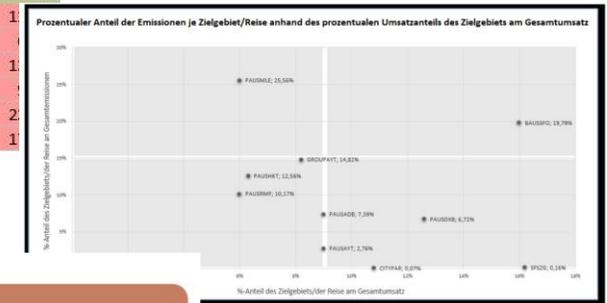
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Fazit: Erfüllung der Erfolgsindikatoren

1. Dokumentation des Kickoff - Workshops liegt vor
2. Es liegen Vorschläge für mind. zwei Analysemethoden und mind. zwei KPI für die Produktportfolioanalyse hinsichtlich Klimawirkung vor.
3. Es liegt ein Schulungsprogramm für relevante Abteilungen bei Reiseveranstaltern vor.



Reise-ID (Nummer, Code etc.)	KPI 1: kg CO <sub>2</sub> e pro PAX pro Tag	KPI 2: Gesamt-CO <sub>2</sub> e pro PAX	KPI 3: Gesamt-CO <sub>2</sub> e je Reise in kg
PAUSAYT	175	1.223	2.446
PAUSDXB	746	2.983	5.966
SFSZG	23	47	140
CITYPAR	30	61	61
PAUSHKT	429	5.571	1
PAUSADB	131	1.312	
GROUPAYT	263	1.315	1
PAUSRMF	188	2.257	
PAUSMLE	405	5.671	2
BAUSSFO	279	5.854	1



## Struktur des Trainingsprogramms



# Fazit: Erfüllung der Erfolgsindikatoren



4. Es wurden in mindestens 5 Pilotbetrieben Schulungen durchgeführt (Zufriedenheit mind. 80%)



- Feedbackbefragung: 68% der Teilnehmenden waren "zufrieden" und 27% sogar "sehr zufrieden"

5. Mind. 5 Pilotunternehmen haben die erarbeiteten Instrumente in der Praxis getestet und hierzu Feedback gegeben (Zufriedenheit mind. 80%)



- Feedbackbefragung: Gesamtzufriedenheit mit dem Tracker 83%

6. Es liegt ein finales Methodenset/ Toolbox für Reiseveranstalter vor



## Innovative Tools entdecken

Nutzen Sie den **Travel Emissions Tracker**, um die Klimawirkung Ihrer Reiseangebote detailliert zu analysieren. Profitieren Sie außerdem von unserem kostenfreien **Maßnahmenkatalog**, praxisnahen **Best Practices** und einem speziell entwickelten **Schulungsprogramm**, das Ihnen wertvolle Impulse und praktische Ansätze für eine klimafreundliche Reisegestaltung bietet. Gestalten Sie die Zukunft des Tourismus aktiv mit – nachhaltig, klimafreundlich und verantwortungsvoll.

## Tools im Überblick

