NACHHALTIGKEITS-BERICHT

Saale-Unstrut

IMPRESSUM

Saale-Unstrut Tourismus GmbH
Neuer Steinweg 1
06618 Naumburg (Saale)

https://www.saale-unstrut-tourismus.de/

Nachhaltigkeitsbeauftragte: Irene Schmidt

Tel.: +49 (0) 3445 233790
Fax: +49 (0) 3445 233798
E-Mail: info@saale-unstrut-tourismus.de

Jahre der Datenerfassung sind 2024/2025

Die Zertifizierung zum Nachhaltigen Reiseziel wurde gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft und Forsten des Landes Sachsen-Anhalt.

SACHSEN-ANHALT #moderndenken

INHALTSVERZEICHNIS

1. Management: Strategie und Planung 5
1.1 Entscheidung des Aufsichtsgremiums 5
1.2 Tourismusstrategie 5
1.3 Nachhaltigkeitsrat 5
1.4 Tragfähigkeit der DestinationsmanagementStruktur 6
1.5 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug 7
1.6 Nachhaltigkeitsbeauftragte 8
1.7 Partnerbetriebe 8
1.8 Dialog mit Anspruchsgruppen 10
1.9 Nachhaltigkeitskommunikation 11
1.10 Nachhaltigkeitsbericht 14
1.11 Rechtskonformität 14
1.12 Rahmenbedingungen Standortentwicklung 14
1.13 Verbesserungsmanagement 15
2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung 16
2.1 Gästezufriedenheit und -feedback 16
2.2 Qualitätsbewusstsein und Innovation 16
2.3 Gästeinformation 17
2.4 Werbe- und Informationsmaterial 19
2.5 Erläuterung der Stätten 19
2.6 Barrierefreiheit 20
2.7 Nachhaltige Produktbausteine 20
3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung 21
3.1 Wirtschaftliche Stabilität 21
3.1.8. Zusammensetzung des Umsatzes der DMO 22
3.1.9. Wirtschaftliche Entwicklung der letzten DREI Jahre des DMO-Umsatzes 22
3.2 Saisonalität und Wirtschaftliche Stabilität 23
3.3 Zufriedenheit mit der DMO 24
4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand 25
4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe 25
4.2 Öko-faire Beschaffung 25
4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung 26
5. Umwelt: Schutz von Natur und Landschaft 27
5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt 27
5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren 28
5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt 29
5.3.1 Interaktion mit Wildtieren 29
5.4 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild 30
5.5 Regional abgestimmte Besucherlenkung 31
5.6 Naturnahe Flächen und Außenanlagen 32
5.7 Artenausbeutung und Tierschutz 32
6. Umwelt: Ressourcenmanagement 32
6.1 Handlungsfelder des Klimawandels 32
6.1.1 Anpassung an den Klimawandel 33
6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte 34
6.3 Umweltschonende An- und Abreise 35
6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort 35

6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben 36
6.6 Wasserverbrauch und Wasserrisiko 36
6.7 Wasserqualität 37
6.8 Abwasser 37
6.9 Licht- und Lärmverschmutzung 38
6.10 Energieeffizienz 39
6.11 Abfall 39
6.12 Papier 40
6.13 Umweltfreundliches Mitarbeitenden-Verhalten 40
7. Soziales: Kultur und Identität 41
7.1 Schutz und Erhalt von Kulturgütern 41
7.2 Kulturelle Artefakte 41
7.3 Geistiges Eigentum 41
7.4 Kulturelle Identität 41
7.5 Zugang zu natürlichen und kulturellen Stätten 42
8. Soziales: Gemeinwohl und Lebensqualität 42
8.1 Menschenrechte 42
8.2 Risikomanagement 42
8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeits-bedingungen 42
8.4 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung 43
8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement 43
8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO 44
8.7 Mitarbeitenden-Zufriedenheit in der DMO 44
8.8 Toleranz und Inklusion 45
8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit 45
9. Anhang 46
9.1. Abkürzungsverzeichnis 46
9.2. Glossar 46

1. MANAGEMENT: STRATEGIE UND PLANUNG

1.1 ENTSCHEIDUNG DES AUFSICHTSGREMIUMS

Der Aufsichtsrat der Saale-Unstrut Tourismus GmbH hat am 19.06.2025 beschlossen, der Einleitung des Zertifizierungsverfahrens zur Erlangung des Siegels „Nachhaltiges Reiseziel“ zuzustimmen. Die Geschäftsführung wurde beauftragt, die dafür notwendigen Schritte einzuleiten. Seitdem wird der Aufsichtsrat in jeder Sitzung über den Stand des Verfahrens informiert.

1.2 TOURISMUSSTRATEGIE

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH (SUT) wurde 2023 gegründet. Dem voraus ging ein umfassender Strategie- und Organisationsentwicklungsprozess der bis dahin eigenständig agierenden Destinationsmanagementorganisationen (DMO) Saale-Unstrut-Tourismus e.V. (SUT e.V.) und Thüringer Tourismusverband Saale-Holzland e.V. (TTV)[1] In diesen Prozess wurden kommunale und private Mitglieder frühzeitig eingebunden. Ab 2020 entstand gemeinsam das Tourismus- und Marketingkonzept Saale-Unstrut. Es enthält Maßnahmen mit Bezügen zu allen Dimensionen der Nachhaltigkeit, insbesondere zu regionaler Wertschöpfung, Qualität, Kultur, Naturverträglichkeit, Mobilität und Teilhabe. Grundlage der Konzepte sind die jeweiligen Strategien der Bundesländer. In Sachsen-Anhalt ist der *Masterplan Tourismus 2027*, die strategische Grundlage mit einem klaren Bezug zu nachhaltigen Tourismusentwicklung. Das *Tourismuskonzept Thüringen 2025* beinhaltet nachhaltige Themen als Querschnitt und wird derzeit fortgeschrieben. 2025 wurde das Tourismuskonzept Saale-Unstrut durch die Geschäftsstelle, den Beirat für Marketing und Tourismus sowie den Aufsichtsrat der SUT einer Zwischenevaluierung unterzogen. Die Fortschreibung ist für 2027/2028 vorgesehen.

Das Tourismus- und Marketingkonzept ist im Branchenportal der SUT öffentlich zugänglich[2].

1.3 NACHHALTIGKEITSRAT

Der Beirat Tourismus und Marketing der SUT setzt sich aus privatwirtschaftlichen Vertreterinnen und Vertretern der Partnerbetriebe zusammen und übernimmt eine strategisch beratende Funktion. Mit Beschluss vom 30.10.2025 erklärte der Beirat seine Bereitschaft, Teil des Nachhaltigkeitsrates Saale-Unstrut zu werden. Ergänzt wurde das Gremium um Personen aus den Bereichen Ökologie und Soziales, sodass wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Perspektiven in die nachhaltige Destinationsentwicklung einbezogen werden.

Die konstituierende Sitzung des Nachhaltigkeitsrates fand am 11.02.2026 statt.

---

[1] Der Verein trug bis zum 31.12.2022 die Bezeichnung Thüringer Tourismusverband Jena-Saale-Holzland e.V. Im Zuge der strategischen Veränderungen ist die Stadt Jena aus dem TTV ausgetreten, was eine Änderung des Namens zu Folge hatte. Die Stadt Jena ist eine der Gesellschafterinnen der SUT.

[2] https://www.saale-unstrut-tourismus.de/fileadmin/userdaten/dokumente/dokumente_partnerportal/dokumente_strategien_konzepte/Tourismuskonzept_Saale-Unstrut_Final_260221.pdf (letzter Zugriff 29.05.2026).

Mitglieder des Nachhaltigkeitsrates:

Ökonomie	Betrieb	Ort
Torsten General	Ursprung Saale-Unstrut	Freyburg
Josephine Markwitz	Ferienwohnungen Weinquartier	Naumburg
Alexander Mayerhofer	Waldkliniken Eisenberg	Eisenberg
Melanie Kornhaas	Kurgesellschaft Bad Sulza	Bad Sulza
Michael Schomer	Ferienwohnungen Bahnhof Droyßig	Droyßig
Dr. Ulrike Kaiser	Stiftung Leuchtenburg	Seitenroda
Michaela Jahn-Neubert	Gaststätte und Hotel „Zur Noll“	Jena
Kati Fritzsche	Rotkäppchen Erlebniswelt	Freyburg
Winfried Schumacher	Abenteuer- und Freizeitpark SunGolf	Eckartsberga
Ökologie		
Matthias Henniger	Naturpark Saale-Unstrut-Triasland	Nebra
Soziales		
Anett Tittmann	Ländliche Kerne e. V.	Nickelsdorf
Peggy Wagenbrenner	INTEGRA Weißenfelser Land gGmbH	Weißenfels
Management		
Antje Peiser	Geschäftsführerin SUT	Naumburg
Irene Schmidt	Nachhaltigkeitsmanagement SUT	Naumburg
Karsten Hey	Manager Handgemacht SUT	Naumburg

1.4 TRAGFÄHIGKEIT DER DESTINATIONSMANAGEMENTSTRUKTUR

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH (SUT) ist eine kommunal getragene Gesellschaft. Sie wurde am 19.01.2023 durch die Gesellschafter Saale-Unstrut-Tourismus e.V., Thüringer Tourismusverband Saale-Holzland e.V. und die Stadt Jena gegründet. Mitglieder der beiden Vereine sind drei Landkreise und insgesamt 95 Kommunen. Die Vereine haben ihre touristischen Aufgaben vertraglich an die Saale-Unstrut Tourismus GmbH übertragen und leisten dafür jährliche Zuschüsse. Die Stadt Jena hat sich mit Stadtratsbeschluss vom 14.12.2022 zur Gründung und Beteiligung an der SUT bekannt und entrichtet ebenfalls einen vertraglich geregelten jährlichen Zuschuss. Damit ist die SUT die Destinationsmanagementorganisation für Saale-Unstrut.

Die SUT unterhält Partnerschaften mit privatwirtschaftlichen Unternehmen der Tourismusbranche. Die Partnerbeiträge liegen je nach Kategorie und Unternehmensgröße jährlich zwischen 180 und 2.000 Euro. Zum 31.12.2025 waren 74 Unternehmen Partner der SUT.

Unter dem Dach der SUT wird die Initiative „Handgemacht Saale-Unstrut“ geführt. In ihr sind 71 kleine und mittlere Betriebe aus Bereichen wie Landwirtschaft, Gastronomie und

Kunsthandwerk versammelt. Sie entrichten einen jährlichen Mitgliedsbeitrag zwischen 150 und 300 Euro.

Mit dem Saale-Holzland-Kreis hat die SUT im Oktober 2023 einen Dienstleistungsvertrag geschlossen. Auf dieser Grundlage übernimmt sie Aufgaben in der Pflege, Unterhaltung und Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur im Landkreis.

Für die Vereine Saaleradweg e.V., Unstrutradweg e.V., SUT e.V. und TTV e.V. übernimmt die SUT auf vertraglicher Basis die Geschäftsbesorgung.

Die vielschichtige Struktur der Gesellschaft ermöglicht eine abgestimmte Vorgehensweise und bindet kommunale, privatwirtschaftliche und regionale Akteure kontinuierlich ein.

	Einheit	2024	2025
1.4.1. Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die eine für die Region überdurchschnittliche Tourismusintensität haben[3]	%	4,08	4,05
1.4.2. Anteil der Kommunen in der Tourismusdestination, die in der DMO organisatorisch vertreten sind	%	63,95	64,86

1.5 UNTERNEHMENSLEITBILD MIT NACHHALTIGKEITSBEZUG

Die SUT hat ihr Leitbild, das bis dahin als Entwurf vorlag, 2026 vervollständigt und angepasst. Nachfolgend ist eine Kurzfassung dargestellt. Das ausführliche Leitbild ist im Branchenportal Saale-Unstrut zu finden.

Leitgedanke
Wir verbinden Menschen, Landschaft, Genuss und Kultur zu einem Erlebnis, das bleibt.

Vision
Saale-Unstrut ist eine facettenreiche, hochwertige und lebenswerte Reiseregion, die von den Menschen vor Ort getragen wird und bis 2035 deutschlandweit deutlich bekannter ist.

Leitsätze
Wir sind der zentrale Ansprechpartner für den Tourismus in Saale-Unstrut.
Wir stärken Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz in der Region.
Wir machen die Qualität und Vielfalt von Saale-Unstrut sichtbar.
Wir tragen dazu bei, Saale-Unstrut bis 2035 deutlich bekannter zu machen.

Mission
Gemeinsam mit unseren Partnerinnen und Partnern entwickeln, vernetzen und vermarkten wir Saale-Unstrut als starke, lebenswerte und zukunftsfähige Reiseregion.

[3] In der Destination liegen 148 Kommunen. Die Tourismusintensität (Übernachtungen/Einwohner*1.000) lässt sich für 21 Kommunen ermitteln. Diese liegt für 2024 bei 7.358, für 2025 bei 7.064. 2024 und 2025 liegen jeweils sechs Kommunen über diesem Wert (Naumburg, Freyburg, Bad Sulza, Bad Klosterlausnitz, Uhlstädt-Kirchhasel, Landsberg).

Leitsätze
Wir vernetzen Akteure und stärken den Zusammenhalt in der Region.
Wir gestalten eine nachhaltige und zukunftsgerichtete Tourismusentwicklung mit.
Wir geben dem Tourismus gegenüber Politik, Leistungsträgern und Bevölkerung eine Stimme.
Wir leben die Marke Saale-Unstrut und erzählen Geschichten, die ihre Bekanntheit stärken.

Werte und Zusammenarbeit
Unsere Werte prägen unser Handeln im Team, gegenüber Gästen, Partnerinnen und Partnern sowie gegenüber der Region. Wir arbeiten wertschätzend, transparent, verantwortungsbewusst und zuverlässig. Wir stellen Serviceorientierung in den Mittelpunkt, gehen achtsam mit Ressourcen um und entwickeln uns gemeinsam weiter.

SUT steht für unsere Haltung: stark, unterstützend und tatkräftig.

1.6 NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTE

Nachhaltigkeitsbeauftragte der SUT ist Irene Schmidt, Leiterin der Organisations- und Destinationsentwicklung. Sie koordiniert die Nachhaltigkeitsaufgaben intern und extern, begleitet den Zertifizierungsprozess und ist Ansprechperson für Partnerbetriebe sowie externe Anspruchsgruppen. Sie hat 2024 am Zertifikatslehrgang „Nachhaltigkeitsmanagerin (DTV/reCET)“ teilgenommen und diesen erfolgreich abgeschlossen. Ihr Tätigkeit ist im Stellenprofil hinterlegt und organisatorisch eingebunden. Unterstützt wird sie durch Karsten Hey, Manager des Regionalnetzwerkes „Handgemacht Saale-Unstrut“.

1.7 PARTNERBETRIEBE

Die SUT und derzeit 23 Partnerbetriebe streben die Zertifizierung der Destination zum nachhaltigen Reiseziel an. Eine Stadt hat sich dem Vorhaben angeschlossen. Zwölf dieser Partnerbetriebe verfügen bereits über ein Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel, sind Partner des Netzwerkes „Handgemacht Saale-Unstrut“ oder ausgezeichnetes „Glanzlicht Saale-Unstrut“. Die anderen Partnerbetriebe möchten sich als TourCert-Qualified-Betrieb weiterentwickeln. Die SUT ermutigt ihre Leistungsträger aktiv, informiert über die Teilnahmebedingungen und unterstützt sie im Prozess.

	Betriebe in 2026	**Label / Auszeichnung**
1.7.1. Anzahl anerkannter Partnerbetriebe (23)	Evangelisches Bildungshaus Schönburg gGmbH	TourCert Qualified
	Saaleschifffahrt Bad Kösen	TourCert Qualified
	Rotkäppchen Erlebniswelt	TourCert Qualified Reisen für Alle
	Integra Weißenfelser Land gGmbH (Schumanns Garten)	TourCert Qualified
	Weinbau am Geiseltalsee	TourCert Qualified

	Ferienwohnungen Weinquartier Naumburg	TourCert Qualified
	Obstweinkellerei Röttelmisch & FeWo „Wohnen im Denkmal“	Bio-Zertifikat; BNE
	OUTTOUR Aktivreisen, Incentive & Event	Glanzlicht Saale-Unstrut QMW Betrieb
	ELLA Hotel Betriebs GmbH (Radisson Blu Merseburg)	DEHOGA Umweltcheck Gold
	Weinberghotel Edelacker	Glanzlicht Saale-Unstrut, Handgemacht Saale-Unstrut, Reisen für Alle
	Weingut Winzerbar mit FeWo	Handgemacht Saale-Unstrut
	Sternevent GmbH (Planetarium Jena, Restaurant Bauersfeld)	Glanzlicht Saale-Unstrut, TourCert qualified
	Stiftung Leuchtenburg	Glanzlicht Saale-Unstrut Reisen für Alle
	Vereinigte Domstifter (Dom Naumburg, Dom Merseburg)	Glanzlicht Saale-Unstrut Reisen für Alle
	Ländliche Kerne e.V. (Rittergut Nickelsdorf)	BNE
	Toskana World Therme	Green Sign
	Hotel an der Therme	Green Sign
	Sonnengut Gerster	Bio-Zertifikat
	Kloster und Kaiserpfalz Memleben	Glanzlicht Saale-Unstrut Reisen für Alle
	Weinhotel Freylich Zahn	Glanzlicht Saale-Unstrut Reisen für Alle
	Stadt Weißenfels (Schlosskirche Sankt Trinitatis)	Glanzlicht Saale-Unstrut
	Kommunalservice Jena (Naturerlebniszentrum)	BNE
	Stadt Bad Köstritz	FairTrade Town
1.7.2. Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel	103	

1.8 DIALOG MIT ANSPRUCHSGRUPPEN

In einem internen Workshop mit Mitarbeitenden der SUT wurden die gesellschaftlich und wirtschaftlich relevanten Anspruchsgruppen des Tourismus identifiziert. Dazu zählen insbesondere Gesellschafter, Kommunen, Landkreise, Partnerbetriebe, regionale Netzwerke, Natur- und Kulturschutzakteure, Mobilitäts- und Infrastrukturpartner, Bildungseinrichtungen, Vereine, Bevölkerung und Gäste.

Die Einbindung erfolgt über bestehende Gremien und Formate wie Aufsichtsrat, Beirat Tourismus und Marketing, Nachhaltigkeitsrat, Partnerkommunikation, Branchentreffen, Workshops, Arbeitsgruppen, Newsletter, Befragungen und direkte Gespräche. Rückmeldungen aus diesen Formaten fließen in die Strategiearbeit, das Verbesserungsprogramm und die Weiterentwicklung konkreter Maßnahmen ein. Damit ist der Dialog mit Anspruchsgruppen regelmäßig, nachvollziehbar und an die Strukturen der Destination angebunden.

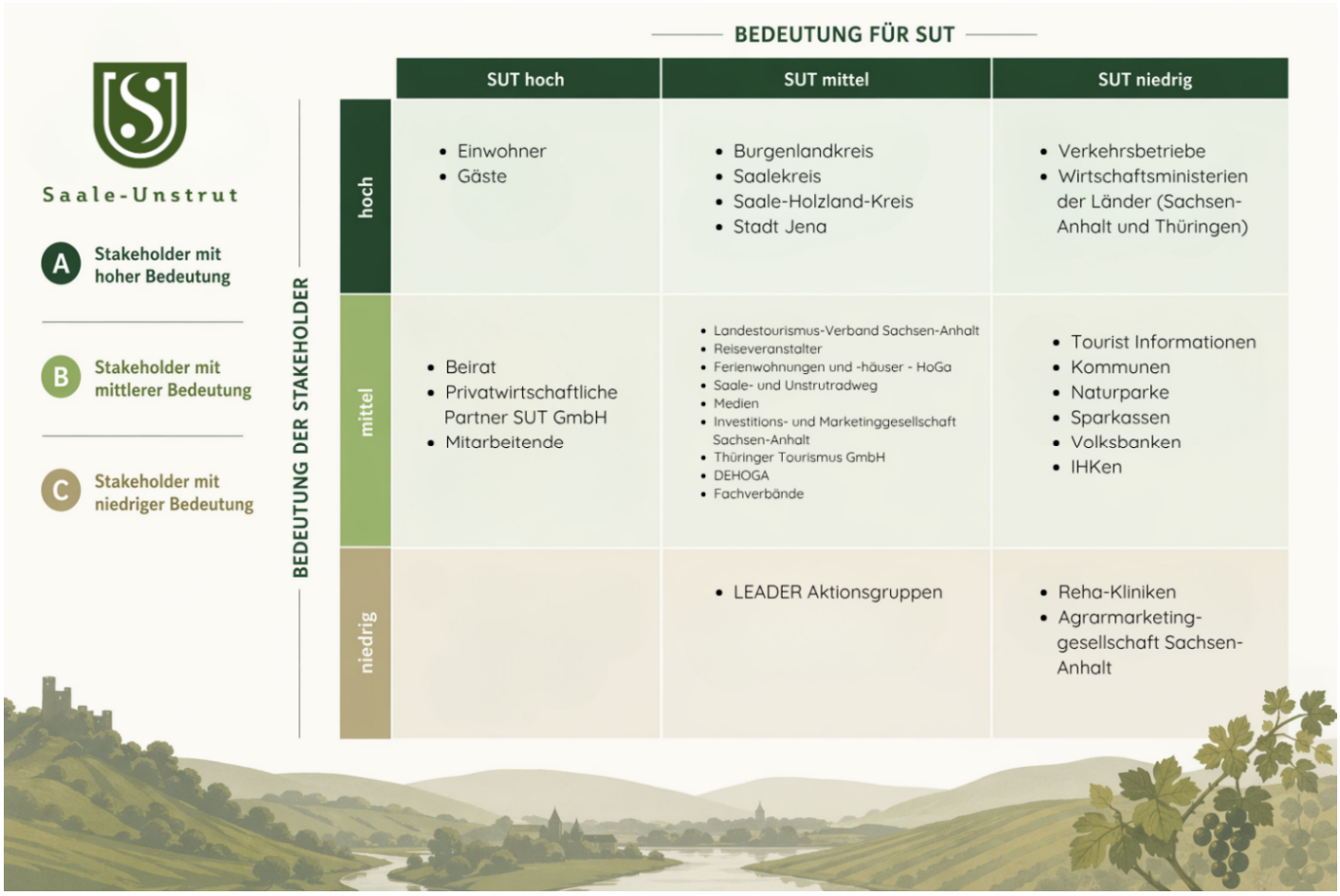


ABBILDUNG 1 EIGENE DARSTELLUNG

1.9 NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION

Die Kommunikation der SUT ist zielgruppenbezogen aufgebaut und unterscheidet zwischen der Kommunikation gegenüber Gästen sowie der Kommunikation gegenüber Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern. Ziel ist es, die nachhaltige Tourismusentwicklung durch abgestimmte Informationen, konkrete Unterstützungsangebote und eine konsistente Außendarstellung zu fördern.

Kommunikation gegenüber Gästen

Die auf Gäste ausgerichtete Matrix zeigt (siehe Abbildung 2), wie die Destination über verschiedene Kanäle Inspiration, Information und emotionale Bindung erzeugt. Im Mittelpunkt stehen digitale Kanäle wie Website, Social-Media und Newsletter, die eine hohe Reichweite ermöglichen und aktuelle Inhalte schnell verbreiten. Ergänzt werden diese durch thematische Informationsangebote, die Natur, Kultur, Wein und regionale Besonderheiten erlebbar machen.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit trägt dazu bei, Geschichten aus der Region sowie nachhaltige Initiativen sichtbar zu machen und ein positives Image aufzubauen. Printmedien wie Broschüren und Karten unterstützen insbesondere die Reiseplanung und Orientierung vor Ort. Veranstaltungen und Erlebnisse schaffen schließlich direkte Berührungspunkte mit der Region und fördern emotionale Erlebnisse sowie die Zufriedenheit der Gäste.

Insgesamt zielt die Gästekommunikation darauf ab, die Region als authentische, nachhaltige und lebenswerte Destination zu positionieren und konkrete Reiseimpulse zu setzen.

Kommunikation gegenüber Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern

Die Kommunikation gegenüber Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern konzentriert sich auf Information, Vernetzung und Unterstützung der touristischen Akteure in der Region. Zentrale Elemente sind direkte Kommunikationswege wie Newsletter, E-Mail und Partnerinformationen, die eine schnelle und verlässliche Weitergabe relevanter Inhalte ermöglichen (siehe Abbildung 3).

Netzwerk- und Austauschformate wie Veranstaltungen, Arbeitsgruppen und Stammtische fördern die Zusammenarbeit, den Wissenstransfer und die gemeinsame Entwicklung von Lösungen. Ergänzend dazu bieten Weiterbildungsformate wie Workshops und Webinare die Möglichkeit, Kompetenzen in Bereichen wie Nachhaltigkeit, Qualität und Digitalisierung gezielt auszubauen.

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unterstützt Leistungsträger dabei, ihre Angebote sichtbarer zu machen und von gemeinsamen Kampagnen zu profitieren. Service- und Partnerplattformen stellen zudem Materialien, Daten und Werkzeuge bereit, die eine effiziente Umsetzung von Maßnahmen erleichtern.

Insgesamt ist die Kommunikation gegenüber Leistungsträgerinnen und Leistungsträgern darauf ausgerichtet, die Qualität der Angebote zu steigern, Kooperationen zu stärken und die nachhaltige Entwicklung der Destination gemeinsam voranzutreiben.

Beitrag zur nachhaltigen Tourismusentwicklung

Beide Kommunikationsperspektiven greifen ineinander und bilden zusammen ein integriertes System. Während die Gästekommunikation Nachfrage erzeugt und Bewusstsein schafft, stärkt die Kommunikation mit Leistungsträgern die Angebotsseite und fördert die Qualität der touristischen Leistungen.



Abbildung 2, eigene Darstellung



Abbildung 3, eigene Darstellung

1.10 NACHHALTIGKEITSBERICHT

Der vorliegende standardisierte Nachhaltigkeitsbericht stellt die relevanten Themen, Initiativen und Maßnahmen der Destination dar. Er beschreibt zugleich den Stand der Zertifizierungskriterien, zentrale Kennzahlen und das Verbesserungsprogramm. Der Bericht wird öffentlich zugänglich gemacht und im Branchenportal der SUT veröffentlicht.

1.11 RECHTSKONFORMITÄT

Die SUT kennt und beachtet die für ihre Tätigkeit relevanten gesetzlichen Vorgaben, insbesondere zu Gesundheit, Sicherheit, Arbeitsschutz, Datenschutz, Umwelt und Vergabe.

Im Bereich Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin werden regelmäßige Unterweisungen, Pflicht- und Angebotsvorsorgen sowie Gefährdungsbeurteilungen durchgeführt. Für den Datenschutz arbeitet die SUT mit einem externen Datenschutzbeauftragten zusammen; intern ist ein Datenschutzteam benannt. Schulungen finden regelmäßig statt.

Gesetze und Vorschriften zu privatem Eigentum, Beteiligungsrechten, Minderheitenschutz sowie Nutzungs- und Zugangsrechten sind in Deutschland unter anderem im Grundgesetz, im Bürgerlichen Gesetzbuch, im öffentlichen Planungsrecht und in Landesvorschriften verankert. Die in internationalen Standards ausdrücklich genannten Rechte indigener Völker sind für die Destination Saale-Unstrut nicht unmittelbar anwendbar. Die DMO und ihre Partnerinnen und Partner sind den geltenden Rechtsgrundlagen verpflichtet und halten diese ein.

1.12 RAHMENBEDINGUNGEN STANDORTENTWICKLUNG

Die Destination Saale-Unstrut umfasst die Gebietskörperschaften Burgenlandkreis und Saalekreis in Sachsen-Anhalt, den Saale-Holzland-Kreis, die kreisfreie Stadt Jena sowie die Gemeinden Bad Sulza (Weimarer Land), Bad Köstritz (Landkreis Greiz), Uhlstädt-Kirchhasel (Landkreis Saalfeld-Rudolstadt) und Weißensee (Landkreis Sömmerda) in Thüringen. Die Bundesländer verfügen jeweils über Landesentwicklungspläne bzw. -programme[4], die auch das Thema Standortentwicklung für den touristischen Bereich umreißen. Genauer ausgeführt werden die Landesentwicklungspläne bzw. -programme durch die Regionalen Planungsgemeinschaften in den Bundesländern. Für Saale-Unstrut betrifft dies die Regionale Planungsgemeinschaft Halle[5] (unter anderem Burgenlandkreis und Saalekreis)

---

[4] Der Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalt 2010 soll bis zum Ende der Legislaturperiode Ende 2026 neu aufgestellt werden. (Vrgl.: https://mid.sachsen-anhalt.de/infrastruktur/raumordnung-und-landesentwicklung/neuaufstellung-des-landesentwicklungsplans; letzter Aufruf: 18.05.2026).
Bis dahin ist der Landesentwicklungsplan 2010 gültig (Vrgl.: https://mid.sachsen-anhalt.de/infrastruktur/raumordnung-und-landesentwicklung/landesentwicklungsplan-2010; letzter Aufruf: 18.05.2026).
Das Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 wurde 2014 erarbeitet und zwischen 2022 und 2024 teilweise fortgeschrieben. (Vrgl: https://innen.thueringen.de/fileadmin/Strat_Landesentwicklung_Demografie/Raumordnung_Landesplanung/LEP2025/Erste_Aenderung/Lesefassung_Erste_AEnderung_LEP_2025.pdf; letzter Aufruf: 18.05.2026).

[5] Regionale Planungsgemeinschaft Halle: https://www.planungsregion-halle.de/

sowie die Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen[6] (unter anderem Jena, Saale-Holzland-Kreis, Landkreis Greiz, Saalfeld-Rudolstadt). Die Stadt Bad Sulza zählt zur Regionalen Planungsgemeinschaft Mittelthüringen[7]. Die SUT ist in der Regionalen Planungsgemeinschaft Ostthüringen im Regionalen Planungsbeirat vertreten.

Die Kommunen beachten und konkretisieren die übergeordneten Planungen auch bei der touristischen Entwicklung. Dies betrifft insbesondere Flächennutzungs- und Bebauungspläne sowie Regelungen des Natur-, Landschafts- und Denkmalschutzes. Durch die Einbindung bedeutender Schutzräume, insbesondere der Naturparke Saale-Unstrut-Triasland und Unteres Saaletal sowie zahlreicher Landschafts- und FFH-Schutzgebiete, werden ökologische Auswirkungen touristischer Entwicklungen systematisch berücksichtigt. Die Durchsetzung der bestehenden gesetzlichen Regelungen erfolgt über die zuständigen Kommunen, Landkreise und deren Fachbehörden.

Regelungen für touristische Geschäftsbetriebe, einschließlich Ferienwohnungen, gastronomischer Nutzungen und touristischer Infrastruktur, bestehen auf kommunaler Ebene über Bau-, Gewerbe- und Nutzungsrecht.

Die Entwicklung regionaler touristischer Strategien und Leitlinien erfolgt unter Beteiligung kommunaler Akteure, touristischer Leistungsträger, Verbände und weiterer regionaler Partner. Die DMO hat Beteiligungsprozesse etabliert, die eine abgestimmte touristische Entwicklung der Region fördern. Die erarbeiteten Strategien und Entwicklungsziele werden über Branchenportale, Netzwerke und kommunale Strukturen kommuniziert.

1.13 VERBESSERUNGSMANAGEMENT

Die SUT erstellt ein Verbesserungsprogramm, das sozioökonomische, kulturelle und ökologische Fragen des Tourismus aufgreift. Es enthält Maßnahmen für die DMO selbst sowie für die Destinationsebene und benennt Zuständigkeiten, Zeithorizonte und Umsetzungsstände.

Das Verbesserungsprogramm wird jährlich überprüft und fortgeschrieben. Die Ergebnisse fließen in den Nachhaltigkeitsrat, die interne Steuerung und die Berichterstattung ein. So können Fortschritte nachvollzogen, Handlungsbedarfe priorisiert und Maßnahmen bei Bedarf angepasst werden.

[6] Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen: https://regionalplanung.thueringen.de/ostthueringen

[7] Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen: https://regionalplanung.thueringen.de/mittelthueringen

2. MANAGEMENT: NACHHALTIGE ANGEBOTSGESTALTUNG

2.1 GÄSTEZUFRIEDENHEIT UND -FEEDBACK

Die letzte Gästebefragung fand 2022-2024 statt. Die SUT beteiligte sich an den jeweiligen Befragungen der Landestourismusorganisationen in Sachsen-Anhalt[8] und Thüringen[9]. Die Zeiträume variierten zwischen den Befragungen, überschnitten sich jedoch für 12 Monate. Die Ergebnisse wurden intern sowie mit Partnerinnen und Partnern ausgewertet; daraus wurden Ableitungen für die Angebots- und Kommunikationsentwicklung getroffen. Die Beteiligung an der nächsten Gästebefragung auf Länderebene ist für 2027 vorgesehen.

Der jährliche Landeswettbewerb „Gästeliebling" liefert für den Destinationsteil in Sachsen-Anhalt regionale Auswertungen und bietet damit ein direktes Gästefeedback zur Servicequalität von Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen[10].

Gästefeedback und Beschwerden werden intern an die zuständigen Mitarbeitenden sowie bei Bedarf an Kommunen oder Partnerbetriebe weitergegeben. Kommunikationsregeln für herausfordernde Situationen sind im internen Büroorganisationshandbuch der DMO festgelegt. Für die Beschäftigten der DMO werden Seminare zur internen und externen Kommunikation durchgeführt.

Ein destinationsweit einheitliches Feedback- und Beschwerdemanagementsystem ist derzeit noch nicht implementiert. Im Verbesserungsprogramm ist vorgesehen, den Umgang mit Gästefeedback systematischer zu gestalten und Schulungen zur Steigerung von Gästezufriedenheit und Servicequalität anzubieten[11].

2.2 QUALITÄTSBEWUSSTSEIN UND INNOVATION

Die SUT bietet Betrieben durch eigenes Personal Unterstützung bei Zertifizierungen und Qualitätssicherungsprozessen an. Dazu zählen Zertifizierungen in unterschiedlichen Bereichen, unter anderem „Reisen für Alle", „Bett+Bike" und „Wanderbares Deutschland" und die DTV Klassifizierung von Ferienunterkünften.

Seit 2023 hat die SUT den „Produktcheck" etabliert. Betriebe können ihre Angebote in neun digitalen Modulen in den Bereichen Marke, Produkt und Qualität prüfen. Erfasst werden unter anderem Angaben zu Mitarbeitenden, Servicequalität und Zugänglichkeit für Menschen mit Beeinträchtigungen. Die Eingaben werden durch die SUT geprüft und durch ein Gespräch sowie eine Vor-Ort-Begehung ergänzt. Bei erfolgreichem Abschluss können die Teilnehmenden in den kommenden drei Jahren als „Glanzlicht Saale-Unstrut" kommuniziert werden. Mit dem Status sind Coachingleistungen und Kommunikationsmaßnahmen verbunden. Der Produktcheck bietet Unternehmen und Dienstleistern damit einen

[8] Die Befragung in Sachsen-Anhalt lief von Mai/ Juni 2022 bis Mai 2024. Sie basierte auf dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus. In diesem Zeitraum wurden in Saale-Unstrut (ohne Halle) länderübergreifend 609 Personen online und persönlich befragt.

[9] Die Befragung in Thüringen lief von Mai 2023 bis Mai 2024. Die Befragung erfolgte grenzüberschreitend und erfolgte online und mit Printfragebögen. Im Befragungszeitraum wurden in Saale-Unstrut (ohne Halle) insgesamt 525 Personen befragt.

[10] Die Bewertung erfolgt durch den Landestourismusmusverband Sachsen-Anhalt e.V. auf Basis der TrustYou Gästebewertungen. Es werden Regionalsieger sowie Landessieger ermittelt.

[11] Siehe Maßnahme unter 2.3 im Kontinuierlichen Verbesserungsprogramm 2026-2029, Stand: 29.05.2026.

strukturierten Prozess zur qualitativen Weiterentwicklung. Mittlerweile konnten 14 „Glanzlichter Saale-Unstrut“ ausgezeichnet werden.

Außerdem unterstützt die SUT den Markenbotschafterprozess der Thüringer Tourismus GmbH (TTG), der die qualitative Weiterentwicklung touristischer Produkte unter dem Dach der Familienmarke Thüringen fördert.

Seit 2019 besteht das Regionalnetzwerk „Handgemacht Saale-Unstrut“. Es bündelt derzeit 71 Akteure aus unterschiedlichen Branchen. Sie verbindet die regionale Verwurzelung, den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und das Bekenntnis zur gemeinschaftlichen Entwicklung. Aus dem Netzwerk sind zahlreiche Kooperationen, neue Produkte und stärkere Bezüge zwischen regionalen Erzeugnissen und touristischen Angeboten entstanden.

Der Qualitätserhalt und die Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur sind zentrale Anliegen der SUT. 2025 ließ die SUT Abschnitte der Flüsse Saale und Unstrut durch den Bundesverband Kanu e.V. als kanufreundliches Gewässer zertifizieren. Dabei wurden hohe Anforderungen an Sicherheit, Erreichbarkeit, Nutzbarkeit sowie die Einbindung von Kommunen und Betrieben entlang der Flüsse unabhängig geprüft. Das positive Ergebnis bildet zugleich eine Grundlage, um festgestellte Entwicklungspotenziale gemeinsam mit kommunalen und privaten Akteuren anzugehen.

Mit der Innovationsplattform hat der Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. ein Instrument geschaffen, das die Weiterentwicklung im Tourismus unterstützt. Ergänzend fördert die Ausbildung von Innovationscoaches kreatives Arbeiten mit dem Design-Thinking-Ansatz. Die SUT hat zwei Kolleginnen zu Innovationscoaches ausbilden lassen. Sie bringen ihr Wissen in das Team, in Arbeitsgruppen der SUT und in externe Veranstaltungen ein.

2.3 GÄSTEINFORMATION

Die SUT informiert Besucherinnen und Besucher in vielfältiger Weise über die Besonderheiten der Natur- und Kulturlandschaft der Destination Saale-Unstrut sowie über den sensiblen Umgang mit touristisch genutzten Räumen. Informationen zu natursensiblen Bereichen, geschützten Landschaften, Wander- und Radwegen sowie kulturhistorisch bedeutenden Orten werden über touristische Webseiten, Informationsmaterialien, Tourist-Informationen und Beschilderungen vor Ort bereitgestellt. Insbesondere die Naturparke und Naturschutzakteure sowie regionale Kultur- und Tourismusinstitutionen vermitteln Hinweise zum naturverträglichen Verhalten und zur Bedeutung der Kulturlandschaft.

Touristische Anbieterinnen und Anbieter werden durch die SUT, regionale Netzwerke und touristische Qualitätsinitiativen dazu angeregt, nachhaltige Aspekte stärker in ihre Gästekommunikation einzubinden. Dies betrifft insbesondere Hinweise zu regionalen Produkten, nachhaltiger Mobilität, naturverträglichem Verhalten und der Wertschätzung regionaler Kulturangebote. In eigenen Printprodukten bindet die SUT entsprechende Hinweise bereits ein, zum Beispiel im Wasserwanderfaltblatt.

Vorhandene Grundsätze und Informationen stehen teilweise auch Reiseveranstaltern, Gästeführerinnen und Gästeführern sowie touristischen Partnern zur Verfügung. Sie werden über Branchenportale, Schulungen, Informationsmaterialien und Netzwerkarbeit kommuniziert. Eine destinationsweit einheitliche und verbindliche Nachhaltigkeitskommunikation befindet sich noch im Aufbau und ist Bestandteil der weiteren Verbesserungsmaßnahmen (siehe Ziel 1.5 im Kontinuierlichen Verbesserungsprogramm).

Im Rahmen der Zertifizierung zum nachhaltigen Reiseziel wurden Tourist-Informationen sowie Gästeführerinnen und -führer befragt. An der Umfrage zur Gästeinformation beteiligten sich sechs touristische Informationsstellen. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die Einrichtungen unterschiedlich aufgestellt sind. Teilweise wurden bereits Schulungen mit Nachhaltigkeitsbezug besucht und existieren eigene Leitbilder oder es werden Leitbilder der übergeordneten Ebene genutzt. Einige der TIs sind barrierefrei zugänglich für mobilitätseingeschränkte Gäste. Alle achten darauf, dass es in der TI regionale Produkte und Souvenirs zu kaufen gibt; eine TI bietet eigene Produkte aus recycelten Materialien an, die in Zusammenarbeit mit regionalen Akteuren entstehen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geben an, zu Mobilität ohne Fahrzeug innerhalb der Region zu informieren, ebenso über die Beschaffenheit von Wanderwegen für Menschen mit Einschränkungen. Einige Städte bieten bereits nach „Reisen für Alle“ gekennzeichnete Stadtrundgänge an, teilweise auch mit Audioguides in einfacher Sprache, z.B. Merseburg und Zeitz. Bemängelt wird von den TIs unter anderem, dass die Barrierefreiheit in den Städten sowie der barrierefreie Zugang zu Sehenswürdigkeiten noch nicht im erforderlichen Maße berücksichtigt werde. Geplant sind in einem Kurort die Umsetzung der Maßnahmenplanung zum Projekt „klimaneutraler Kurort“. Dabei soll unter anderem der Kurpark umgestaltet, Klimaanpassungs- und Hochwasserschutzmaßnahmen realisiert werden. Die Stadt Naumburg plant im Rahmen ihres Stadtjubiläums 2028 die Aktion 1.000 Bäume; dabei soll für jedes „Naumburger Lebensjahr“ ein Baum gepflanzt und die Stadt noch grüner werden. Zudem finden an vielen Orten regelmäßige Aufräumaktionen mit Bürgerschaft und Vereinen in den Städten und an den Flüssen statt. Bei größeren Veranstaltungen, wie Weihnachts- und Brauchtumsmärkten werden Mehrweggläser und -becher genutzt. Eine Kollegin der Naumburger Touristinformation gibt motivierende Worte mit auf den Weg: „Ich begrüße das Vorhaben, die Region Saale-Unstrut auf Nachhaltigkeit zu überprüfen und als nachhaltiges Reiseziel zertifizieren zu lassen. Jeder einzelne muss sich mit diesem Thema auseinandersetzen. Es ist der richtige Weg, den Tourismus in der Region zukunftsfähig zu gestalten.“

Ebenso wurden die Gästeführerinnen und Gästeführer befragt. Diese arbeiten zumeist eng mit den Touristinformationen zusammen, sind dort angestellt oder als freie Mitarbeiter tätig. An dieser Befragung haben sich 14 Personen beteiligt. Die Gästeführer nehmen regelmäßig an Schulungen und fachlichen Weiterbildungen teil, die nicht von der SUT angeboten werden, sondern meist von Branchenverbänden. 46% der Befragten geben an, dass sie mehr oder weniger gut bis gut mit den Prinzipien des nachhaltigen Tourismus vertraut sind. 54% Prozent kennen sich eigenen Angaben zu Folge nicht gut mit diesen Prinzipien aus. Die Frage danach, was die Befragten persönlich unter nachhaltigem Tourismus verstehen, wurde jedoch meist ausführlich beantwortet: sie bezogen sich auf einen CO^2-armen Tourismus, Faktoren zur umweltfreundlichen Mobilität, Energieeinsparungen, die Nutzung regionaler Produkte, die Rücksichtnahme auf die Einheimischen etc. Gäste würden nachhaltigkeitsbezogene Themen eher selten bei den Gästeführern nachfragen (15% weniger häufig, 23% nicht sehr häufig). Werden entsprechende Fragen gestellt, beziehen sich diese u.a. auf die Anreise mit oder die Anbindung an den ÖPNV, Fahrradverleihe, Naturschutzthemen oder auf den Erhalt der historischen Bausubstanz. Positiv nehmen Gäste laut der Gästeführer an der Region Saale-Unstrut u.a. die generell gute Verkehrsanbindung, die Verbindung zwischen Kultur und Natur, die guten Rad- und Wanderwege, die historischen Altstädte und Altbauten, die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten und die Sauberkeit sowie Weltoffenheit wahr. Negative Aspekte seien z.B. die geringe Einkaufsvielfalt in den Städten und in den ländlichen Gebieten, wenige gastronomische Angebote und deren Öffnungszeiten, mangelnde Gastlichkeit, die mangelhafte Nutzbarkeit des ÖPNV für Menschen mit Einschränkungen, fehlende Toiletten, eine Beeinträchtigung des

Landschaftsbildes durch Industrie, Windparks etc. In den Freifeldern äußerten die befragten Gästeführer grundsätzlich Zustimmung für die Beschäftigung mit Nachhaltigkeitsthemen, gaben an bereits an speziellen Schulungen, z.B. für gehörlese Gäste teilgenommen zu haben. Sie wünschen sich gezielte Weiterbildungsmöglichkeiten speziell für die Gästeführer. Es wird sich mehr Vernetzung der im engeren und weiteren Sinne im Tourismus Verantwortlichen gewünscht, um gemeinsam an Herausforderungen zu arbeiten.

	Einheit	2024	2025
2.3.1. Anzahl von touristischen Informationsstellen	Anz.	23	23

2.4 WERBE- UND INFORMATIONSMATERIAL

Die SUT gibt regelmäßig gedrucktes Informations- und Werbematerial heraus. Neben jährlichen Ausgaben erscheinen verschiedene Titel in größeren Abständen. Bei der Erarbeitung der Inhalte werden Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt. Beworben werden Wander- und Radtouren, deren Wegeführung und Ausschilderung den Qualitätsanforderungen entsprechen und sensible Naturräume beachten. In geeigneten Informationsmaterialien weist die SUT auf Naturschutzbelange hin und gibt Gästen Hinweise zu Verhalten und Sicherheit, zum Beispiel im Wasserwanderfaltblatt.

Weitere Printprodukte greifen das kulturelle Erbe der Region Saale-Unstrut auf. Die Vielfalt an Burgen, Schlössern, Baudenkmälern und kulturellen Schätzen werden punktuell, u.a. im Journal, der Freizeitkarte und Sonderpublikationen aufgegriffen. Die Gastgeber der Region sowie Wein- und Genussangebote werden ebenfalls regelmäßig publiziert. Für die Initiative Handgemacht Saale-Unstrut gibt es eine eigene Übersichtskarte zu den Partnern sowie je Partner einen Informationsflyer.[12]

Printprodukte werden, soweit möglich, auf Recyclingpapier oder zertifiziertem Papier gedruckt.

Eine Strategie zur Nachhaltigkeitskommunikation für Saale-Unstrut wird im Laufe des Jahres 2026 erarbeitet.[13]

2.5 ERLÄUTERUNG DER STÄTTEN

In der Destination Saale-Unstrut stellen die jeweiligen touristischen Anbieter Informationsmaterial über die kulturelle und natürliche Bedeutung ihrer Stätten bereit. Dazu zählen vor allem Burgen und Schlösser, Museen, sakrale Einrichtungen, Besucherzentren, Weingüter mit kulturellem Bezug, Tourist-Informationen und regionale Kulturinstitutionen.

Zahlreiche kulturelle Stätten der Region verfügen sowohl über gedruckte Informationsmaterialien wie Flyer, Broschüren oder Besucherleitfäden als auch über digitale Informationsangebote auf eigenen Webseiten, in touristischen Portalen oder über digitale Audioguides. Besonders ausgeprägt ist dies bei den touristischen Leuchttürmen der Region,

[12] Eine Übersicht zu aktuellen Publikationen befindet sich auf der Webseite: https://www.saale-unstrut-tourismus.de/planen/prospekte-downloads/#/prospekte (letzter Aufruf: 17.06.2026).

[13] Siehe Maßnahme unter 1.5 im Kontinuierlichen Verbesserungsprogramm 2026-2029, Stand: 29.05.2026.

beispielsweise der Naumburger Dom als UNESCO-Welterbestätte, der Leuchtenburg, der Arche Nebra sowie zahlreichen Museen, Klöstern und historischen Stadtkernen.

Auch die regionalen Tourist-Informationen sowie die SUT stellen umfangreiche digitale und gedruckte Informationen zu kulturellen Besonderheiten, historischen Hintergründen und regionalen Traditionen bereit. Die Besonderheiten der Wein- und Kulturlandschaft, der Romanik, der Industriekultur sowie der mitteldeutschen Geschichte werden dabei gezielt kommuniziert. Darüber hinaus verfügen viele kulturelle Einrichtungen über mehrsprachige Informationsangebote, Veranstaltungskalender, thematische Führungen sowie digitale Inhalte zur individuellen Reiseplanung.

2.6 BARRIEREFREIHEIT

Der Besuch von touristischen Attraktionen und Einrichtungen in der Destination ist auch für Menschen mit Einschränkungen oder besonderen Bedürfnissen möglich. Dies gilt insbesondere für Stätten von herausragender kultureller Bedeutung wie dem UNESCO-Welterbe Naumburger Dom oder dem Besucherzentrum Arche Nebra. Das Thema Barrierefreiheit ist in den Kommunikationsmitteln der DMO aufgeführt. Auf der Website der Destination finden sich in einem eigenen Bereich eine detaillierte Auflistung der mit „Reisen für Alle“ gekennzeichneten Betriebe[14]. Die DMO informiert über die Anreisemöglichkeiten und die Mobilitätsoptionen mit dem ÖPNV vor Ort auf einer eigenen Unterseite. Hinweise zur Barrierefreiheit bzw. Links zu weiterführenden Informationen sind hinterlegt.[15] Touristische Attraktionen und Einrichtungen ergreifen Maßnahmen zur Gestaltung und Umsetzung von Lösungen, wenn Orte und Einrichtungen nicht unmittelbar zugänglich sind.

	Einheit	2024	2025
2.6.1. Anzahl von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb[16] (in Deutschland Kennzeichnung „Reisen für Alle“)	Anz.	26	33

2.7 NACHHALTIGE PRODUKTBAUSTEINE

Die von der SUT kommunizierten touristischen Angebote werden derzeit noch nicht systematisch nach einheitlichen Nachhaltigkeitskriterien bewertet. Die SUT stellt selbst keine buchbaren Angebote bereit, sondern kommuniziert Angebote der Leistungsträgerinnen und Leistungsträger. Entsprechend ist die SUT auf belastbare Informationen der Anbieter angewiesen.

Künftig sollen nachhaltige Angebote, die der SUT gemeldet und anhand nachvollziehbarer Kriterien geprüft, in der Kommunikation gezielt hervorgehoben werden, beispielsweise durch ein Signet oder eine thematische Kennzeichnung. Grundlage dafür sollen anerkannte Nachhaltigkeitsnachweise, Zertifizierungen oder definierte Mindestkriterien sein. Der Aufbau

[14] https://www.saale-unstrut-tourismus.de/planen/barrierefrei-reisen/

[15] https://www.saale-unstrut-tourismus.de/planen/mobil-vor-ort/

[16] Berücksichtigt sind in der Summe keine Wege oder Urlaubsinspirationen.

einer systematischen Erhebung und Erfassung nachhaltiger Produktbausteine wird im Verbesserungsprogramm berücksichtigt[17].

3. ÖKONOMIE: ÖKONOMISCHE SICHERUNG

3.1 WIRTSCHAFTLICHE STABILITÄT

Die SUT erhebt auf Basis der Landesstatistiken Kennzahlen wie Ankünfte, Übernachtungen, Aufenthaltsdauer und Bettenauslastung. Direkte und indirekte Umsatz- und Einkommensbeträge werden in regelmäßigen Abständen durch den Wirtschaftsfaktor Tourismus erhoben, zuletzt auf Grundlage der Zahlen aus 2023. Die Ergebnisse werden veröffentlicht, mit den kommunalen und privatwirtschaftlichen Akteuren ausgewertet und gemeinsam Ableitungen getroffen. Zur Verdeutlichung der Bedeutung des Tourismus im Wirtschaftskreislauf hat die SUT 2025 ein Informationsblatt erarbeitet[18]. Es dient unter anderem der Information politischen Gremien.

	Einheit	2024
3.1.1. Durchschnittliche Bettenauslastung	%	33,23
3.1.2. Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	3
3.1.3. Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner*innen (Tourismusintensität)	Anz.	3681
3.1.4. Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region	€	782.300.000[19]
3.1.4.1. Gesamte direkte Einnahmen des Tourismus in der Region	€	238.300.000
3.1.4.2. Gesamtes indirektes Einkommen aus dem Tourismus in der Region	€	138.700.000
3.1.5. Touristische Ausgaben pro Besucher*in pro Tag	€	73,78
3.1.6. Höhe des Steueraufkommens des Tourismus	€	71.800.000
3.1.7. Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus an Gesamtarbeitsplätzen	%	16.440[20]

[17] Siehe Maßnahme unter 2.5 im Kontinuierlichen Verbesserungsprogramm 2026-2029, Stand: 29.05.2026.

[18] https://www.saale-unstrut-tourismus.de/fileadmin/userdaten/bilder/partnerportal/wissen/20251128_FB_Tourismusbewusstsein_web.pdf

[19] dwif: Wirtschaftsfaktor Tourismus Saale-Unstrut (ohne Halle), München, 2025.

[20] Vrgl. ebd. Dieser Wert ist ein Äquivalent auf Basis des Einkommensbetrages und nicht gleichzusetzen mit einer tatsächlichen Beschäftigtenzahl. Es handelt sich um eine Hochrechnung, wie viele Personen theoretisch auf Grund der touristischen Nachfrage in Saale-Unstrut im Tourismus beschäftigt sein könnten.

3.1.8. ZUSAMMENSETZUNG DES UMSATZES DER DMO

Die finanzielle Grundlage der SUT beruht auf drei zentralen Säulen: Zuschüssen der Gesellschafter, Fördermitteln der zuständigen Ministerien in Sachsen-Anhalt und Thüringen sowie Einnahmen aus eigener wirtschaftlicher Tätigkeit, insbesondere aus Partnerbeteiligungen und Dienstleistungsverträgen. Ergänzend bestehen Sponsoringvereinbarungen.

3.1.9. WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG DER LETZTEN DREI JAHRE DES DMO-UMSATZES

Die Saale-Unstrut Tourismus GmbH wurde im Januar 2023 gegründet und nahm am 01.06.2023 das operative Geschäft auf. Eine Entwicklung ist daher nur rückblickend für die Jahre 2024 und 2025 möglich.

Grundlage des Umsatzes bilden einerseits die Gesellschafterzuschüsse, die vertraglich bis zum 31.12.2027 festgeschrieben sind. Andererseits sind die DMO-Förderungen sowie Projektförderungen der Bundesländer Sachsen-Anhalt und Thüringen eine wichtige finanzielle Säule.

Für Dienstleistungsverträge mit dem Saale-Holzland-Kreis, dem Saaleradweg e.V., dem Unstrutradweg e.V. und den beiden Gesellschaftervereinen SUT e.V. und TTV e.V. erzielte die SUT leicht steigende Einnahmen. Im Vertrag mit dem Saale-Holzland-Kreis ist eine jährliche Steigerung um 1,5% vereinbart, während die anderen Verträge eine fixe Summe beinhalten.

Die Kooperationen mit privatwirtschaftlichen Akteuren wurden in den letzten beiden Jahren ausgebaut. Waren Ende 2023 noch 57 private Partnerschaften zu verzeichnen, konnte die Zahl bis Ende 2025 auf 74 gesteigert werden. Die Partner entrichten je nach Betriebsart und Größe feste jährliche Summen. Hinzu kommen Beteiligungen an Marketingleistungen, Seminaren etc., die zunehmend genutzt werden[21].

Mit einzelnen Bankinstituten wurden ergänzende Sponsoringvereinbarungen geschlossen.

Die Umsätze der SUT setzen sich im Wesentlichen wie folgt zusammen:

Jahr	Gesellschafter-zuschüsse	Fördermittel	Sonstige Umsatzerlöse	Sponsoring	Summe
2024	345.372 €	613.191 €	404.247 €	16.000 €	1.378.810 €
2025	342.805 €	563.369 €	382.656 €	11.000 €	1.299.830 €

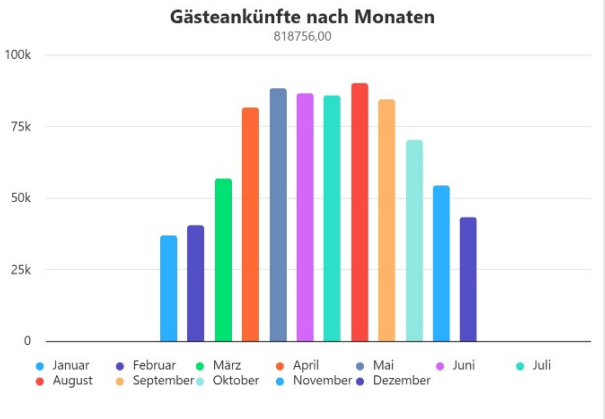
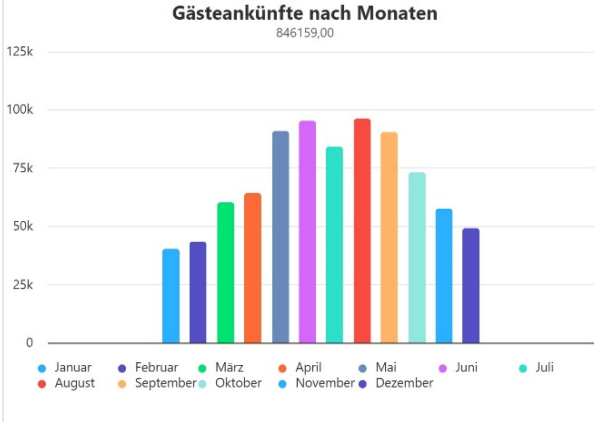
[21] Übersicht zu Beteiligungsmöglichkeiten 2025: https://www.saale-unstrut-tourismus.de/downloads/beteiligungshandbuch/20241030_Beteiligungshandbuch_Saale-Unstrut_final.pdf

3.2 SAISONALITÄT UND WIRTSCHAFTLICHE STABILITÄT

Die SUT beobachtet die monatliche Verteilung der Ankünfte und Übernachtungen sowie die saisonalen Schwankungen in der Destination. Verlässliche statistische Daten stehen häufig erst mit zeitlicher Verzögerung zur Verfügung.

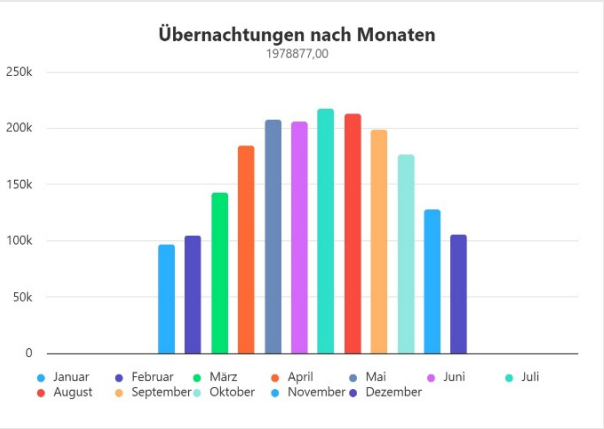
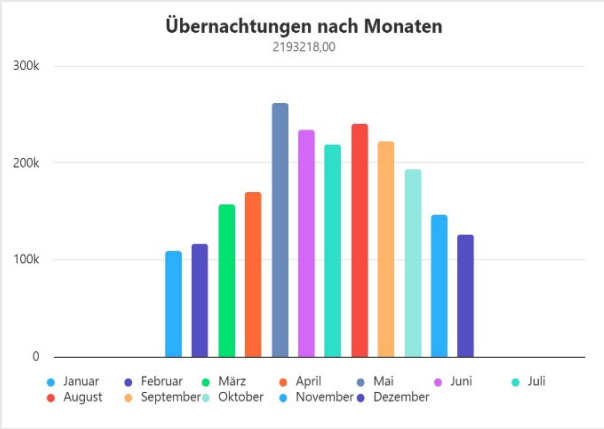
Gemeinsam mit Tourismusanbietern setzt die SUT Maßnahmen um, die die touristischen Aktivitäten stärker über das Jahr verteilen und damit einen Interessenausgleich zwischen Tourismuswirtschaft, Bevölkerung, Kultur und Umwelt unterstützen. 2025 wurde beispielsweise eine gezielte Winterkampagne umgesetzt, um Angebote in der nachfrageschwächeren Jahreszeit sichtbarer zu machen. Im Rahmen der Binnenmarketingkampagne „Entdecke, was du zu kennen glaubst“ wurde zudem eine Familien-Rallye initiiert, die zwischen Sommer- und Herbstferien insbesondere Gäste aus der Region für Saale-Unstrut aktivierte.

	Einheit	2024	2025
3.2.1 Gesamt Ankünfte[22]	Anz	846.326	1.117.123
3.2.2 Gesamt Übernachtungen	Anz	2.156.538	2.327.795
3.2.3 Anzahl der Monate in der Hauptsaison	Anz	6	6

2024 [23]	2025
	

[22] Ankünfte und Übernachtungen bezogen auf Burgenlandkreis, Saalekreis, Bad Sulza, Weißensee und Reisegebiet Saaleland (Saale-Holzland-Kreis, Jena, Uhlstädt-Kirchhasel).

[23] In den Abbildungen für 2024 sind die Monatsdaten zusammengerechnet (Quelle: TourCert Cockpit). Für das Jahr 2024 lag für die Kommunen Bad Sulza und Weißensee keine Auswertung der Monatsdaten beim Landesamt für Statistik Thüringen vor, daher kommt es zu Abweichungen zwischen der Jahressumme und den Monatsdaten.

2024 [24]	2025
	

3.3 ZUFRIEDENHEIT MIT DER DMO

Die SUT befragte zwischen Ende Oktober und Anfang Dezember 2025 ihre Gesellschafter und Partnerbetriebe zur Zufriedenheit mit den Dienstleistungen sowie zur derzeitigen Nachhaltigkeitsausrichtung. Insgesamt wurden rund 170 Personen und Institutionen zur Teilnahme eingeladen. 32 Personen beteiligten sich an der Umfrage; dies entspricht einer Rücklaufquote von 19 Prozent.

Positiv hoben die Befragten insbesondere den partnerschaftlichen und fairen Umgang der SUT mit den Akteuren hervor (72 Prozent). 63 Prozent bewerteten die SUT als offen für Anregungen und Ideen. 71 Prozent sahen einen wichtigen Beitrag der SUT zur nachhaltigen Entwicklung der Region. In der Zusammenarbeit und Kommunikation wurden vor allem die Kompetenz und Hilfsbereitschaft der Ansprechpersonen sowie die transparente Kommunikation positiv bewertet. Ebenfalls geschätzt werden Netzwerke, Austauschformate, Schulungen, Weiterbildungsmöglichkeiten, Markenführung und Beteiligungsmöglichkeiten an Kampagnen.

Verbesserungspotenzial sehen die Befragten insbesondere in der finanziellen Grundausstattung der SUT. Zudem wünschen sich einige Teilnehmende einen besseren Überblick über Ansprechpersonen. Teilweise wurde angemerkt, dass bei Pressereisen wiederholt dieselben Einrichtungen einbezogen werden. Diese Hinweise werden im Verbesserungsmanagement aufgegriffen.

	Einheit	2025
3.3.1. Zufriedenheits-Index Geschäftspartner (Partner*innen, Interessensgruppen)	%	88
3.3.2. Rücklaufquote der Befragung der Partner*innen, Dienstleister*innen, Interessensgruppen	%	19

[24] Siehe Fußnote 23.

4. ÖKONOMIE: LOKALER WOHLSTAND

4.1 REGIONALE WIRTSCHAFTSKREISLÄUFE

Die SUT greift das Thema regionaltypischer Produkte und deren touristische Vermarktung bereits in mehreren Handlungsfeldern aktiv auf. Zentrale Grundlage ist dabei die klare Positionierung der Destination über ihre Alleinstellungsmerkmale, insbesondere die Wein- und Genusskultur, regionale Landwirtschaft sowie handwerkliche Traditionen. Typische Produkte wie Wein aus dem nördlichsten Qualitätsweinanbaugebiet Deutschlands, regionale Spezialitäten und authentische Erzeugnisse werden gezielt in der Gästeansprache integriert und über verschiedene Kanäle sichtbar gemacht. Dies geschieht sowohl in digitalen Formaten wie Website und Social Media als auch in Printmedien, Kampagnen und Themenangeboten, etwa entlang von Genussrouten oder bei kulinarischen Veranstaltungen.

Darüber hinaus arbeitet die SUT unter anderem im Rahmen des Regionalnetzwerkes „Handgemacht Saale-Unstrut“ eng mit regionalen Akteuren zusammen, um die Einbindung dieser Produkte in touristische Angebote zu stärken. Kooperationen u.a. mit Winzern, Gastronomiebetrieben, Direktvermarktern und touristischen Leistungsträgern tragen dazu bei, regionale Wertschöpfungsketten zu fördern und die Authentizität der Destination erlebbar zu machen. Netzwerke, Verbände und Initiativen werden aktiv eingebunden, um Synergien zu nutzen und gemeinsame Projekte umzusetzen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Unterstützung touristischer Unternehmen bei der stärkeren Nutzung regionaler Produkte und Dienstleistungen. Dies erfolgt vor allem indirekt über Vernetzungsformate, Informationsangebote und Best-Practice-Beispiele. Veranstaltungen, Workshops und Branchentreffen bieten Plattformen für Austausch und Sensibilisierung, etwa zur Bedeutung regionaler Lieferketten oder zur Profilierung über regionale Küche. Auf diese Weise wird die Regionalisierung der Gastronomie gefördert, ohne dass die SUT direkt steuernd eingreift, sondern vielmehr moderierend, impulsgebend und vernetzungsorientiert agiert.

4.2 ÖKO-FAIRE BESCHAFFUNG

Die DMO verfolgt bereits organisatorische Grundsätze, die im täglichen Geschäft berücksichtigt werden. Bei Print- und Werbeprodukten werden nachhaltige Kriterien einbezogen. Die Zusammenarbeit mit Dienstleistern erfolgt nach Möglichkeit innerhalb der Region. Wenn es fachlich und wirtschaftlich darstellbar ist, werden ökologisch produzierte, regionale oder fair gehandelte Produkte bevorzugt. Bei der Beschaffung technischer Geräte wird auf aufbereitete oder recycelte Produkte geachtet.

Eine verbindliche Einkaufsrichtlinie liegt derzeit noch nicht vor. Sie wird im Verbesserungsprogramm als Maßnahme aufgenommen, damit bestehende Grundsätze künftig schriftlich festgehalten, intern kommuniziert und bei Ausschreibungen sowie Auftragsvergaben systematischer berücksichtigt werden können.[25]

[25] Zu beachten ist, dass als öffentlicher Auftraggeber die Vergaberichtlinie des Landes Sachsen-Anhalt Priorität vor eigenen Richtlinien hat.

	Einheit	2024	2025
4.2.1 Anteil (%) regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte	%	33,11	47,91

4.3 QUANTITÄT UND QUALITÄT VON BESCHÄFTIGUNG

Gemeinsam mit den beiden Industrie- und Handelskammern der Region (IHK Halle-Dessau, IHK Ostthüringen zu Gera), dem Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V. (LTV) sowie der TTG beobachtet die SUT die Qualität und Quantität von Beschäftigung im touristischen Sektor.

Zwischen 2021 und 2025 führte die SUT[26] das Projekt „Leben & Arbeiten“ durch und reagierte damit auf einen von Leistungsträgern und Branchenverbänden geäußerten Wunsch. Im Mittelpunkt standen die Stärkung des Tourismus als Arbeitgeber, die Verbesserung des Branchenimages sowie die Gewinnung und Bindung von Fachkräften. Im Rahmen des Projekts wurden grundlegende Kennzahlen zur Bedeutung des Tourismus als Arbeitgeber in der Region kommuniziert. Sie dienten dazu, die Relevanz der Branche sichtbar zu machen und das Bewusstsein in Politik, Wirtschaft und Bevölkerung zu stärken. Ein Schwerpunkt lag auf der Zusammenarbeit unterschiedlicher Akteure. Über Netzwerke, Partnerschaften und Initiativen wurden Betriebe, Institutionen und politische Ebenen miteinander verbunden.

Im Umgang mit den zentralen Arbeitsmarktthemen Fachkräftemangel, lokale Beschäftigung, demografischer Wandel und informeller Beschäftigung wurden unterschiedliche Maßnahmen ergriffen. Eine Imagekampagne richtete sich gezielt an junge Erwachsene kurz vor dem Schulabschluss und informierte sie über Ausbildungsberufe im Tourismus. Dafür wurde mit Arbeitgebern der Region zusammengearbeitet. Weitere Kampagnen waren auf Gründer und Rückkehrer ausgerichtet.

Aus dem Projekt entstand unter anderem das Arbeitgebernetzwerk „Gemeinsam Saale-Unstrut“. Die beteiligten Unternehmen verabschiedeten eine Charta, in der sie sich unter anderem zu fairen Beschäftigungsbedingungen und einem wertschätzenden Umgang miteinander verpflichteten. Zwischenzeitlich waren elf touristische Betriebe im Netzwerk aktiv.

Saale-Unstrut als Region mit hoher Lebensqualität und Entwicklungschancen zu etablieren war Querschnittthema aller Maßnahmen. Die damit verknüpfte Sammlung von Informationen und Themen ist auf einer eigenen Website präsent. Auch nach Projektabschluss werden die Inhalte weiterhin gepflegt.[27]

[26] Projektträger war bis 2023 der Saale-Unstrut-Tourismus e.V.

[27] https://www.saale-unstrut-tourismus.de/leben-und-arbeiten/

	Einheit	2024	2025
4.3.1. Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen [28]	Anz	6.390	6.390
4.3.2. Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe [29]	Anz	140	50
4.3.3. Anzahl der Gastgewerbe	Anz	320	300

5. UMWELT: SCHUTZ VON NATUR UND LANDSCHAFT

5.1 AUSWIRKUNGEN AUF NATUR & UMWELT

Die SUT übernimmt in der Region generell eine vernetzende und impulsgebende Funktion. Neben der touristischen Vermarktung gewinnt in der Arbeit der DMO die nachhaltige Steuerung touristischer Aktivitäten an Bedeutung. Auswirkungen auf Natur und Umwelt werden im Rahmen von Destinationsentwicklung, Produktgestaltung mit Partnern und Netzwerkarbeit gemeinsam identifiziert und mit relevanten Partnern abgestimmt.

In der Region Saale-Unstrut lassen sich mehrere touristische Aktivitäten erkennen, die potenziell erhöhte Risiken für Natur und Umwelt mit sich bringen. Dazu zählen insbesondere:

- Wassertourismus auf Flüssen und Seen: Kanufahren und Bootstourismus können Uferbereiche, sensible Biotope und Brutgebiete beeinträchtigen.
- Rad- und Wandertourismus: Die starke Nutzung beliebter Routen kann zu Erosion, Störung von Lebensräumen und Nutzungskonflikten führen.
- Wein- und Naturtourismus in sensiblen Kulturlandschaften: Die Kombination aus touristischer Nutzung und landwirtschaftlicher Produktion erfordert einen sorgsamen Umgang mit Landschaft und Ressourcen.

Die SUT adressiert diese Herausforderungen im Austausch mit regionalen Akteuren wie Kommunen, Naturschutzbehörden und touristischen Leistungsträgern. Dabei stehen folgende Ansätze im Vordergrund:

- Besucherlenkung: Förderung ausgewählter Routen und Angebote, um sensible Bereiche zu entlasten und Nutzung zu verteilen.
- Qualitäts- und Nachhaltigkeitsorientierung: Anregung zur Entwicklung von Angeboten, die Naturverträglichkeit und regionale Wertschöpfung verbinden.
- Sensibilisierung von Gästen und Anbietern: Kommunikation von Verhaltensregeln und nachhaltigem Reiseverhalten.

Beispiele hierfür sind die gezielte Entwicklung und Vermarktung von zertifizierten Aktivangeboten, die eine gelenkte Nutzung unterstützen, wie der Qualitätswanderweg

[28] Die Beschäftigtenzahlen beziehen sich auf die in der Hotellerie, Gastronomie und Speisenzubereitung beschäftigten Personen. Als Datengrundlage dienen Erhebungen der statistischen Landesämter Sachsen-Anhalt und Thüringen sowie Auskünfte der Bundesagentur für Arbeit. Erschwert wird die Erhebung und Vergleichbarkeit durch unterschiedliche Stichtagsregelungen in den Bundesländern und Verfügbarkeit der Daten, die häufig nur auf Anfrage herausgegeben werden.

[29] Erfasst sind hier Auszubildende aus den Wirtschaftsbereichen Gastronomie, Hotellerie und Speisenzubereitung. Auf die Herausforderung der Datenerhebung und die Quellen wird auf die vorherige Fußnote verwiesen.

SaaleHorizontale, die ADFC-Klassifizierung des Saaleradweg und die Zertifizierung von Teilen der Saale und Unstrut als kanufreundliches Gewässer.

Ein wesentliches Merkmal der Arbeit in Saale-Unstrut ist die enge Zusammenarbeit im regionalen Netzwerk. Risiken für Natur und Umwelt werden nicht ausschließlich durch die SUT selbst definiert, sondern gemeinsam mit relevanten Partnern diskutiert. Dazu gehören:

- Kommunale Vertreter und Planungsakteure
- Naturschutzinstitutionen
- Touristische Betriebe und Verbände.

Diese dialogorientierte Vorgehensweise ermöglicht es, Nutzungskonflikte frühzeitig zu erkennen und abgestimmte Lösungen zu entwickeln. Eine formalisierte Umwelt-Risikoanalyse für die gesamte Destination liegt nicht vor.

	Einheit	2024	2025
5.1.1. Anteil der als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche	%	2,68	2,65

5.2 KOOPERATION MIT NATURSCHUTZAKTEUREN

Die SUT versteht nachhaltige Tourismusentwicklung als Balance zwischen Nutzung und Schutz der besonderen Kulturlandschaft Saale-Unstrut. In sensiblen Naturräumen wie Trockenhängen, Flusstälern, Schutzgebieten und Wäldern werden potenzielle Konflikte zwischen touristischer Nutzung und Naturschutzinteressen durch die Zusammenarbeit mit Partnern frühzeitig erkannt und in regionale Abstimmungsprozesse eingebracht.

Potenzielle Konfliktfelder ergeben sich in der Region vor allem dort, wo touristische Aktivitäten auf ökologisch besonders wertvolle Lebensräume treffen. Dazu zählen insbesondere:

- stark frequentierte Wander- und Radwege
- Freizeitnutzung in Hanglagen, Seitentälern und Wäldern mit seltenen Arten
- Wasserwandern auf den Flüssen und Wassersport auf den Seen
- Nutzungskonflikte zwischen Erholung, Landwirtschaft und Naturschutz.

Diese Konflikte werden nicht isoliert betrachtet, sondern im Rahmen regionaler Entwicklungsprozesse analysiert. Beispielhaft ist die Zusammenarbeit mit dem Stadtforst Jena im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung zur gemeinsamen Pflege und Unterhaltung gebietsübergreifender Wanderwege wie der SaaleHorizontale.

Ein weiteres Beispiel ist das Naturschutzgroßprojekt „Trockenhänge an Saale und Unstrut“, das unter Leitung des Geo-Naturparks Saale-Unstrut-Triasland eine fundierte Datengrundlage zu potenziellen Nutzungskonflikten schafft. Durch Biotopkartierungen, Arterfassungen und sozioökonomische Analysen werden ökologische Sensibilitäten und Nutzungsansprüche systematisch erfasst. Damit entsteht eine belastbare Grundlage, um Konfliktbereiche frühzeitig zu erkennen und zielgerichtet zu steuern.

5.3 ERHALT DER BIOLOGISCHEN VIELFALT

Grundlage für den Erhalt der biologischen Vielfalt in der Destination Saale-Unstrut ist die enge Verknüpfung der touristischen Entwicklung mit den bestehenden Natur- und Landschaftsschutzstrukturen der Region. Große Teile der Destination liegen innerhalb sensibler Natur- und Kulturlandschaften, darunter Landschaftsschutzgebiete, FFH-Gebiete, Vogelschutzgebiete sowie Flächen der Naturparke Saale-Unstrut-Triasland und Unteres Saaletal und im Mittleren Saaletal[30] [31].

Die Auswirkungen touristischer Nutzung auf Natur, Arten und Lebensräume werden insbesondere im Rahmen naturschutzrechtlicher Verfahren, Besucherlenkung, Schutzgebietsmanagements sowie durch die zuständigen Umwelt- und Naturschutzbehörden beobachtet und bewertet. Dies betrifft beispielsweise Wander- und Radwegeführungen, touristische Infrastrukturmaßnahmen, Veranstaltungen in sensiblen Landschaftsräumen sowie die Nutzung naturnaher Erholungsgebiete. In besonders sensiblen Bereichen werden Maßnahmen zur Besucherlenkung, Wegegebote und saisonale Einschränkungen eingesetzt, um Belastungen für Lebensräume und Arten zu minimieren.

Darüber hinaus bestehen in der Region Strukturen zur Beobachtung und Bekämpfung invasiver Arten, die durch Naturschutzbehörden, Landschaftspflegeverbände, Naturparkstrukturen sowie landesweite Monitoringprogramme umgesetzt werden. Diese Maßnahmen dienen dem Schutz heimischer Ökosysteme und werden im Rahmen allgemeiner Umwelt- und Naturschutzarbeit auch in touristisch genutzten Landschaftsräumen berücksichtigt.

Touristische Unternehmen und Leistungsträger werden zunehmend dazu angeregt, sich mit Nachhaltigkeit und Biodiversitätsschutz auseinanderzusetzen. Dies erfolgt insbesondere über regionale Netzwerke, Umweltbildungsangebote, Naturparkkooperationen, Qualitätsinitiativen sowie Informations- und Sensibilisierungsmaßnahmen der SUT und weiterer regionaler Partner wie zum Beispiel dem Weinbauverband Saale-Unstrut e.V. Vor allem Anbieter im Aktiv- und Naturtourismus greifen Aspekte des ressourcenschonenden und naturverträglichen Tourismus bereits aktiv auf.

Auch Besucherinnen und Besucher werden zunehmend über naturverträgliches Verhalten informiert. Hinweise zum Schutz sensibler Lebensräume, zur Nutzung ausgewiesener Wege, zur Müllvermeidung sowie zum respektvollen Umgang mit Natur und Kulturlandschaft finden sich in einigen Informationsmaterialien, Besucherzentren, touristischer Beschilderung sowie digitalen Angeboten der Region.

5.3.1 Interaktion mit Wildtieren

Die Destination Saale-Unstrut verfügt über bestehende gesetzliche und institutionelle Strukturen, die den Schutz wildlebender Tiere sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Wildtierpopulationen sicherstellen. Grundlage hierfür sind insbesondere die geltenden naturschutzrechtlichen Vorgaben auf europäischer, nationaler und Landesebene, darunter

[30] Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie, Naturschutz und Forsten: https://umwelt.thueringen.de/themen/natur-artenschutz/biologische-vielfalt (letzter Zugriff: 20.05.2026).

[31] Ministerium für Wissenschaft, Energie, Klimaschutz und Umwelt Sachsen-Anhalt: https://mwu.sachsen-anhalt.de/umwelt/naturschutz/biodiversitaet (letzter Zugriff: 20.05.2026).

Regelungen des Bundesnaturschutzgesetzes, der FFH- und Vogelschutzrichtlinien, Schutzgebietsverordnungen sowie landesrechtliche Naturschutz- und Waldgesetze in Sachsen-Anhalt und Thüringen.

Die Einhaltung dieser Vorgaben wird durch die zuständigen Naturschutzbehörden, Forstverwaltungen, Schutzgebietsbetreuungen und Umweltinstitutionen überwacht. Besonders innerhalb sensibler Natur- und Landschaftsräume der Destination, darunter Schutzgebiete und Flächen der Naturparke, gelten Regelungen zur Besucherlenkung, Wegeführung und Nutzung naturnaher Räume, die auch dem Schutz wildlebender Tierarten dienen.

Interaktionen mit freilebenden Wildtieren finden in der Destination überwiegend im Rahmen naturverträglicher Freizeit- und Erholungsangebote statt, beispielsweise beim Wandern, Radfahren, Naturtourismus oder bei Umweltbildungsangeboten. Direkte touristische Wildtierinteraktionen mit hohem Eingriffscharakter spielen in der Region nur eine untergeordnete Rolle. Dadurch bestehen insgesamt vergleichsweise geringe Risiken für störende oder invasive Eingriffe in Wildtierpopulationen.

In sensiblen Bereichen werden Besucherinnen und Besucher durch Beschilderungen, Informationsmaterialien und naturpädagogische Angebote über angemessenes Verhalten informiert. Dazu gehören Hinweise zum Wegegebot, zum Schutz von Brut- und Rückzugsräumen, zur Vermeidung von Störungen sowie zum respektvollen Umgang mit Flora und Fauna. Diese Maßnahmen dienen dazu, negative Auswirkungen touristischer Aktivitäten auf Wildtierarten und deren Lebensräume zu minimieren.

Touristische Anbieterinnen und Anbieter werden im Rahmen regionaler Netzwerke, Naturparkkooperationen und nachhaltigkeitsorientierter Tourismusentwicklung zunehmend für naturschonende Angebote sensibilisiert. Insbesondere Anbieter im Aktiv- und Naturtourismus berücksichtigen bereits heute Aspekte des naturverträglichen Besuchermanagements.

5.4 REGIONALTYPISCHES LANDSCHAFTS- UND ORTSBILD

Die Akteure der Region, darunter Kommunen, Weinbauakteure, Naturparke, LEADER-Regionen, Kulturinstitutionen und touristische Leistungsträger, arbeiten gemeinsam an der Weiterentwicklung der touristischen Infrastruktur. Dies betrifft insbesondere Wander-, Rad- und Wasserwege, Besucherlenkung, Informationssysteme sowie die qualitätsvolle Gestaltung touristischer Orte und öffentlicher Räume.

Die Zusammenarbeit erfolgt unter anderem im Rahmen regionaler Netzwerke und Entwicklungsprozesse wie:

- den interkommunalen Kooperationen innerhalb der Tourismusregion Saale-Unstrut,
- LEADER- und ILEK-Prozessen,
- Abstimmungen mit Naturpark- und Naturschutzbehörden,
- Projekten der Denkmalpflege und Stadtsanierung,
- regionalen Wirtschafts- und Tourismusnetzwerken,
- sowie Initiativen zur Stärkung regionaler Baukultur und Kulturlandschaft.

Besondere Schwerpunkte liegen in Saale-Unstrut auf dem Erhalt der historisch gewachsenen Wein- und Kulturlandschaft, den historischen Stadtkernen und dörflichen

Strukturen mit zahlreichen Fachwerkhäusern. Touristische Infrastrukturmaßnahmen werden regelmäßig mit Anforderungen des Landschafts- und Naturschutzes abgestimmt. Dadurch wird sichergestellt, dass touristische Nutzung, Biodiversität und Kulturlandschaftsschutz gemeinsam gedacht werden. Beispiele hierfür sind abgestimmte Maßnahmen an Weinbergterrassen, Trockenmauern, Aussichtspunkten, Flusstälern, Wäldern und historischen Wegen.

Gleichzeitig engagieren sich Kommunen, Vereine und regionale Initiativen aktiv für die Erhaltung und Aufwertung kulturhistorischer Ortsbilder. Dies umfasst die Sanierung historischer Bausubstanz, die Pflege regionaltypischer Architektur, die Nutzung ortstypischer Baumaterialien sowie die gestalterische Aufwertung öffentlicher Räume. Touristische Entwicklung wird dabei bewusst mit regionaler Baukultur verbunden, um Authentizität und Identität der Destination langfristig zu sichern.

Die Destination profitiert zudem von einer hohen Dichte kulturhistorischer Ressourcen – darunter historische Weinorte, Burgen, Klöster, Gutshöfe und denkmalgeschützte Ensembles –, deren Erhalt gemeinschaftlich getragen wird.

5.5 REGIONAL ABGESTIMMTE BESUCHERLENKUNG

Die SUT nimmt im Bereich der Besucherlenkung eine koordinierende und qualitätsorientierte Rolle ein. Es bestehen zahlreiche Bausteine, die zusammengenommen eine funktionale Besucherlenkung ermöglichen.

Die Lenkung erfolgt über etablierte touristische Infrastrukturen (Rad- und Wanderwege), digitale Informationsangebote und Karten sowie die qualitative Weiterentwicklung bestehender Angebote.

Regelmäßige Überprüfungen erfolgen durch die Kommunen, wobei die Intensität von deren personellen und finanziellen Ressourcen abhängt. Eine besondere Rolle nimmt der Dienstleistungsvertrag zwischen der SUT und dem Saale-Holzland-Kreis ein. Auf dieser Grundlage prüft, erhält und entwickelt die SUT überregional bedeutsame touristische Infrastruktur im Landkreis und übernimmt Aufgaben eines Kreiswegewartes. Betrachtet werden unter anderem touristische Qualität, Beschilderung und Markierung sowie die Erfassung und Weiterleitung von Mängeln an zuständige Stellen. Im Saale-Holzland-Kreis wurde zudem ein Netzwerk aus aktuell 14 ehrenamtlichen Wanderwegewartinnen und -warten aufgebaut. Sie kontrollieren regelmäßig Teilstrecken regionaler und überregionaler Wege, übernehmen kleinere Freischnittmaßnahmen und führen Markierungsarbeiten durch. Intensive Kontrollen durch hauptamtliches Personal erfolgen insbesondere vor Zertifizierungen, beispielsweise gemeinsam mit dem Stadtforst Jena entlang des Qualitätswanderwegs SaaleHorizontale.

Durch die Geschäftsbesorgungsverträge mit dem Saaleradweg e.V. und dem Unstrutradweg e.V. übernehmen die zuständigen Mitarbeitenden auch im Radtourismus eine koordinierende Funktion. Sie nehmen unter anderem Mängelhinweise auf und stehen mit Kommunen, Kreiswegewarten und Gästen in Kontakt. Für den Saaleradweg konnte 2023/2024 die ADFC-Klassifizierung als 3-Sterne-Qualitätsradweg erfolgreich durchgeführt werden.

Ziel der SUT ist eine möglichst hohe Qualität und Einheitlichkeit der touristischen Wegeinfrastruktur. Die Zielerreichung ist nur gemeinsam mit Kommunen, Privateigentümern und Baulastträgern möglich und hängt von deren Ressourcen ab.

5.6 NATURNAHE FLÄCHEN UND AUßENANLAGEN

Die SUT verfügt über keine eigenen naturnahen Flächen oder Außenanlagen.

5.7 ARTENAUSBEUTUNG UND TIERSCHUTZ

Die Region Saale-Unstrut unterliegt den einschlägigen lokalen, nationalen und europäischen Rechtsvorgaben zum Arten- und Tierschutz. Dazu zählen insbesondere das Bundesnaturschutzgesetz, die europäischen FFH- und Vogelschutzrichtlinien sowie Bestimmungen zu Schutzgebieten, Biotopen und geschützten Arten. Touristische Maßnahmen und Infrastrukturprojekte werden im Rahmen behördlicher Genehmigungs- und Abstimmungsverfahren auf ihre Auswirkungen auf Flora, Fauna und Lebensräume geprüft.

Besondere Bedeutung kommt dabei den wertvollen Kulturlandschaften entlang der Flüsse und den Wäldern zu, die Lebensraum zahlreicher geschützter Tier- und Pflanzenarten sind. Die touristische Nutzung sensibler Naturräume wird durch Besucherlenkung, Wegeführung, Informationsangebote und abgestimmte Schutzmaßnahmen gesteuert. Dadurch werden Nutzungskonflikte minimiert und gleichzeitig Naturerlebnis sowie Umweltbildung ermöglicht.

Die SUT fördert ausdrücklich einen naturverträglichen Tourismus und unterstützt keine touristischen Angebote, die auf unangemessener Haltung, Zurschaustellung oder Nutzung von Wildtieren beruhen. Wildtierarten werden innerhalb touristischer Angebote weder gehandelt noch zu kommerziellen Zwecken gehalten, sofern hierfür keine gesetzlichen Grundlagen, fachlichen Voraussetzungen und behördlichen Genehmigungen bestehen. Einrichtungen mit Tierhaltung unterliegen den geltenden veterinärrechtlichen und tierschutzrechtlichen Anforderungen.

Auch im Bereich regionaler Produkte und Vermarktung wird auf die Einhaltung rechtlicher Standards geachtet. Die Region unterstützt beispielsweise im Rahmen des Regionalnetzwerkes „Handgemacht Saale-Unstrut“ nachhaltige landwirtschaftliche Bewirtschaftungsformen, extensive Weinbergs- und Streuobstpflege sowie naturschonende Produktionsweisen, die dem Erhalt der biologischen Vielfalt dienen. Regionale Initiativen und Umweltbildungsangebote sensibilisieren Gäste und Einheimische zusätzlich für den Schutz von Arten, Lebensräumen und Kulturlandschaften.

Darüber hinaus arbeiten touristische Akteure mit Naturparken, Umweltverbänden, Landschaftspflegeorganisationen und Naturschutzbehörden zusammen. Dies betrifft unter anderem Maßnahmen zur Pflege ökologisch wertvoller Flächen, zur Offenhaltung traditioneller Kulturlandschaften, zum Schutz seltener Arten sowie zur naturverträglichen Entwicklung touristischer Angebote.

6. UMWELT: RESSOURCENMANAGEMENT

6.1 HANDLUNGSFELDER DES KLIMAWANDELS

Die Destination Saale-Unstrut setzt sich aktiv mit den Auswirkungen des Klimawandels auf Tourismus, Kulturlandschaft und regionale Entwicklung auseinander. Tourismusverantwortliche, Kommunen und regionale Netzwerke beziehen relevante Klimaschutz- und Klimaanpassungsstrategien in Planungen und Entwicklungsprozesse ein.

Grundlage bilden insbesondere die Klimaschutz- und Klimaanpassungsstrategien des Landes Sachsen-Anhalt[32] und des Freistaats Thüringen[33] sowie kommunale und regionale Klimaschutzkonzepte, darunter Maßnahmen und Strategien des Burgenlandkreises, des Saale-Holzland-Kreises und des Saalekreises sowie der Stadt Jena. Ergänzend fließen Nachhaltigkeitsziele aus LEADER-, Regionalentwicklungs- und Tourismuskonzepten in die Destinationsentwicklung ein.

Die Region berücksichtigt zentrale Herausforderungen des Klimawandels wie Hitzeperioden, Trockenheit, Extremwetterereignisse und deren Auswirkungen auf Weinbau, Wälder, Kulturlandschaft, Wasserhaushalt und touristische Infrastruktur. Gleichzeitig werden Chancen durch nachhaltigen Natur-, Rad- und Wandertourismus sowie klimafreundliche Mobilität genutzt.

Zur Information über mögliche Szenarien, zu Handlungsempfehlungen und Hilfsmitteln für die regionalen Auswirkungen des Klimawandels steht das von den mitteldeutschen Bundesländern mitfinanzierte Portal ReKIS – REGIONALES KLIMAINFORMATIONSSYSTEM SACHSEN, SACHSEN-ANHALT, THÜRINGEN[34] zur Verfügung. Für jede Kommune oder Landkreis können Datenblätter heruntergeladen, Kartendarstellungen gewählt und Schlussfolgerungen gezogen werden, die als Grundlage für Entscheidungen dienen können.

Zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen und zur Klimaanpassung unterstützt die SUT im Rahmen ihrer Möglichkeiten unter anderem den Ausbau klimafreundlicher Mobilitätsangebote, die Förderung regionaler Wertschöpfungsketten, nachhaltige Infrastrukturmaßnahmen und ressourcenschonende Tourismusangebote. Konkrete, quantifizierte Reduktionsziele für die Destination liegen bislang nicht vor.

6.1.1 ANPASSUNG AN DEN KLIMAWANDEL

Die Destination Saale-Unstrut berücksichtigt Strategien zur Anpassung an den Klimawandel zunehmend bei der Planung, Entwicklung und Weiterentwicklung touristischer Infrastruktur und Angebote. Klimaanpassung ist dabei Bestandteil regionaler Entwicklungsprozesse sowie kommunaler und touristischer Planungen.

Aktiv beteiligt sind hierbei insbesondere die touristischen Verantwortlichen der Landkreise und Kommunen, des LEADER- und Regionalmanagements, der Naturparke, der Naturschutz- und Wasserbehörden, der Verkehrs- und Infrastrukturakteure sowie touristische Leistungsträger. Ergänzend wirken regionale Initiativen, Landschaftspflegeverbände und Umweltbildungsakteure an entsprechenden Entwicklungsprozessen mit.

Insbesondere bei der Entwicklung von Rad-, Wander- und Naturtourismusangeboten werden Aspekte wie Hitzebelastung, Wasserverfügbarkeit, Beschattung, Erosionsschutz, Hochwasservorsorge und die Belastbarkeit sensibler Naturräume berücksichtigt. Dies betreffen beispielsweise Wegeführungen, Aufenthaltsbereiche, Besucherlenkung sowie die klimaangepasste Gestaltung öffentlicher Infrastruktur entlang von Saale und Unstrut.

---

[32] https://mwu.sachsen-anhalt.de/fileadmin/Bibliothek/Politik_und_Verwaltung/MWU/Klimaschutz/Klimawandel-Anpassungstrategie/260122_Anpassung_Klimawandel.pdf (letzter Zugriff: 27.05.2026).

[33] https://umwelt.thueringen.de/fileadmin/001_TMUEN/Unsere_Themen/Klima/Klimastrategie/20191015_Klimaschutzstrategie.pdf (letzter Zugriff: 27.05.2026).

[34] https://rekis.hydro.tu-dresden.de/ (letzter Zugriff: 27.05.2026).

Auch bei der Sanierung und Nutzung historischer Gebäude, touristischer Einrichtungen und öffentlicher Räume spielen nachhaltige Bauweisen, Energieeffizienz und ressourcenschonende Lösungen eine zunehmende Rolle. Kommunen und touristische Akteure orientieren sich hierbei an regionalen Klimaschutz- und Klimaanpassungsstrategien sowie an Förderprogrammen für nachhaltige Regionalentwicklung.

6.2 UMWELTSCHONENDE MOBILITÄTSKONZEPTE

Die Tourismusverantwortlichen der Destination Saale-Unstrut beschäftigen sich aktiv mit der Weiterentwicklung nachhaltiger und klimafreundlicher Mobilitätsangebote. Das Thema nachhaltige Mobilität ist Bestandteil regionaler Tourismus-, Infrastruktur- und Entwicklungsprozesse und wird gemeinsam mit Landkreisen, Kommunen, Verkehrsverbünden und touristischen Partnern bearbeitet.

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Ausbau und der Vernetzung umweltfreundlicher Mobilitätsformen. Die Region verfügt bereits über ein gut ausgebautes Netz an Rad- und Wanderwegen, darunter der Saaleradweg und der Unstrutradweg, die als zentrale klimafreundliche touristische Angebote etabliert sind. Ergänzend werden Angebote im Bahn-, Bus- und Wassertourismus stärker mit touristischen Leistungen verknüpft.

Die DMO und regionale Akteure beteiligen sich an regionalen Abstimmungen und Entwicklungs-prozessen zur Verbesserung nachhaltiger Mobilität, beispielsweise:

- durch Kooperationen mit Verkehrsverbünden und kommunalen Partnern,
- durch die Förderung kombinierter Mobilitätsangebote für Gäste,
- durch die Verbesserung touristischer Beschilderung und Besucherlenkung,
- sowie durch die Einbindung nachhaltiger Mobilität in touristische Strategien und Infrastrukturmaßnahmen.

Darüber hinaus gewinnt die Sensibilisierung von Gästen und Betrieben für klimafreundliche Mobilität zunehmend an Bedeutung. Informationen zu Bahnanschlüssen, Radverkehr, Wanderangeboten und regionalen Mobilitätsmöglichkeiten werden verstärkt in touristische Kommunikation und Gäste-informationen integriert.

Die Stadt Naumburg hat zum 01.04.2026 ihre über die Kurabgabe finanzierte Gästekarte um die Nutzung des ÖPNV im Stadtgebiet und in ausgewählten Tarifzonen der Umgebung erweitert. In Zusammenarbeit mit dem regionalen Verkehrsunternehmen PVG und dem Verkehrsverbund Mitteldeutschland (MDV) wurde das Konzept so angelegt, dass es auch für weitere Kommunen der Region anschlussfähig sein kann.[35]

Die SUT beteiligt sich zudem anlassbezogen am Forschungsprojekt „Green Tourism: Aspekte der Nachhaltigkeit und ihre Wirkung auf die touristische Mobilität in Sachsen-Anhalt“ der Hochschule Merseburg.[36]

[35] Siehe: https://www.naumburg.de/de/was-ist-drin-in-ihrer-gaestekarte.html (letzter Aufruf: 12.06.2026)

[36] Siehe: https://www.hs-merseburg.de/forschung-und-transfer/transfer/kompetenznetzwerk-fuer-angewandte-und-transferorientierte-forschung-kat/green-tourism-aspekte-der-nachhaltigkeit-und-ihre-wirkung-auf-die-touristische-mobilitaet-in-sachsen-anhalt/ (letzter Zugriff: 12.06.2026).

6.3 UMWELTSCHONENDE AN- UND ABREISE

Die SUT und weitere Tourismusverantwortliche der Destination informieren Gäste aktiv über Möglichkeiten einer umweltfreundlichen Anreise und Mobilität innerhalb der Region. Informationen zu Bahnverbindungen, regionalem ÖPNV, Radwegen, Wanderangeboten sowie kombinierten Mobilitätsformen werden über touristische Websites, Printmedien, Gastgeberinformationen und digitale Informationskanäle bereitgestellt.

Die Region profitiert dabei von ihrer guten Erreichbarkeit über den Schienenverkehr, insbesondere entlang der Saale- und Unstrutbahn sowie über die Anbindung an die Städte Halle, Leipzig, Erfurt und Jena.

Die DMO, Kommunen und touristischen Partner motivieren zudem Beherbergungsbetriebe, Freizeitanbieter und weitere touristische Leistungsträger, Informationen zur nachhaltigen Anreise und Mobilität an ihre Gäste weiterzugeben. Nachhaltige Mobilität wird in Saale-Unstrut zunehmend als Bestandteil einer qualitätsorientierten und nachhaltigen Destinationsentwicklung verstanden.

Ziele zur Reduzierung verkehrsbedingter Emissionen werden derzeit vor allem indirekt verfolgt – etwa durch die Förderung des Rad-, Wander- und Bahntourismus, die Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten sowie die Verbesserung nachhaltiger Mobilitätsangebote.

Zugleich ist festzuhalten, dass abseits der größeren Städte die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln teilweise eingeschränkt ist. Taktzeiten orientieren sich oft nicht an touristischen Bedarfen. Zugleich bemühen sich Verkehrsbetriebe und Veranstalter zum Beispiel im Rahmen von Großveranstaltungen wie der Saale- Weinmeile oder von Weihnachtsmärkten mit Shuttlebussen Lücken zu schließen und nachhaltige An- und Abreisen zu ermöglichen.

6.4 UMWELTSCHONENDE MOBILITÄT VOR ORT

Die Region Saale-Unstrut ist bereits stark auf naturnahe und klimafreundliche Tourismusformen ausgerichtet. Insbesondere Rad-, Wander- und Wassertourismus bilden zentrale Bestandteile des touristischen Angebots. Mit dem Saaleradweg, dem Unstrutradweg, dem Elster- und Ilmtalradweg, regionalen Wanderwegen sowie Bahnanschlüssen entlang der Flusstäler bestehen gute Voraussetzungen für umweltfreundliche Freizeitmobilität.

Die SUT, weitere touristische Verantwortlichen und zahlreiche Partnerbetriebe informieren Gäste über:

- Bahn- und ÖPNV-Anbindungen,
- Fahrradnutzung und Radverleih,
- Wander- und Naturtourismusangebote,
- regionale Mobilitätsmöglichkeiten,
- sowie kurze Wege zwischen touristischen Angeboten.

Teilweise entstehen auch kombinierte Angebote aus Bahn, Fahrrad, Wandern und regionaler Gastronomie beziehungsweise Weinwirtschaft. Darüber hinaus engagieren sich Kommunen, Verkehrsakteure und touristische Netzwerke im Ausbau der Radinfrastruktur sowie bei der Verbesserung touristischer Besucherlenkung.

Wie auch bei der An- und Abreise ist festzuhalten, dass durch die ländliche Prägung der Destination die Nutzung umweltschonender Mobilitätsformen vor Ort weniger stark ausgeprägt ist. Wie die Ergebnisse der Gästebefragung aus 2023/24 zeigen, legen über 65% der Gäste Strecken innerhalb der Region mit einem PKW zurück (Verbrenner: 61%, Elektro, Hybrid: 5,6%), 26% nutzen den ÖPNV. Viele Gäste gehen Strecken zu Fuß (25,5%) oder fahren mit dem Rad während ihres Aufenthaltes (E-Bike: 9,9%, Fahrrad: 13,9%).

Die Einführung der Gästekarte mit ÖPNV-Nutzung für Gäste der Stadt Naumburg lässt eine Steigerung der Nutzung des ÖPNV in den inkludierten Tarifzonen erwarten.

Eine gesonderte Kampagne zur CO^2-Reduktion ist derzeit nicht geplant. Das Thema wird im Rahmen der allgemeinen Kommunikation zu bewusstem Verhalten in der Region aufgegriffen.

6.5 KLIMA- UND UMWELTSCHUTZ IN BETRIEBEN

Eine IST-Stand-Erhebung zur Nachhaltigkeit in Unternehmen der Region aus dem Jahr 2024 zeigte, dass sich viele Betriebe bereits mit Ressourcenmanagement und Klimaschutz beschäftigen. Zahlreiche Maßnahmen wurden umgesetzt, häufig jedoch ohne systematische Messung und Kontrolle ihrer Wirksamkeit. Im Verbesserungsprogramm ist vorgesehen, Betriebe auch zu Klima- und Umweltschutz weiterzubilden und sie auf bestehende Hilfsmittel, Beratungsangebote und Fördermöglichkeiten hinzuweisen[37].

Im Regionalnetzwerk „Handgemacht Saale-Unstrut“ spielen Klima- und Umweltschutz bereits eine wichtige Rolle. Geplant sind eine stärkere Vernetzung mit Betrieben außerhalb des Netzwerkes sowie eine intensivere Nutzung regionaler Produkte, insbesondere in Gastronomie und touristischen Angeboten.

6.6 WASSERVERBRAUCH UND WASSERRISIKO

Wasserbewirtschaftung und Klimaanpassung gewinnen in der Region aufgrund zunehmender Trockenperioden, sinkender Wasserverfügbarkeit und klimabedingter Veränderungen an Bedeutung. Dies betrifft insbesondere Landwirtschaft, Naturräume und touristische Infrastruktur.

Die Region setzt sich bereits aktiv mit wasserbezogenen Risiken auseinander. Insbesondere entlang der Flüsse spielen Hochwasser- und Niedrigwassermanagement, Landschaftsschutz sowie die Sicherung von Wasserressourcen eine wichtige Rolle. Auswirkungen von Trockenheit und Hitze auf Weinbau, Kulturlandschaft, Vegetation und touristische Nutzungen werden zunehmend in regionalen Entwicklungs- und Klimaanpassungsprozessen berücksichtigt.

Aktiv beteiligt sind hierbei insbesondere:

- Landkreise und Kommunen,
- Wasser- und Umweltbehörden,
- Naturparke und Naturschutzakteure,
- Weinbau- und Landwirtschaftsbetriebe,

[37] Siehe Maßnahme unter 2.1 im Kontinuierlichen Verbesserungsprogramm 2026-2029, Stand: 29.05.2026.

- LEADER- und Regionalmanagement,
- sowie touristische Leistungsträger und Umweltbildungsakteure.

Eine gesonderte Kampagne zur Wasserreduktion ist derzeit nicht geplant. Das Thema wird im Rahmen der allgemeinen Kommunikation zu bewusstem Verhalten in der Region aufgegriffen.

6.7 WASSERQUALITÄT

Die Verantwortung für die Wasserqualität liegt bei wasserwirtschaftlichen, kommunalen und staatlichen Fachbehörden.

Die Wasserqualität für Trinkwasser, Gewässerökologie und Freizeitnutzung wird in der Region regelmäßig anhand gesetzlicher Qualitätsstandards überwacht. Dies betrifft insbesondere die Flüsse, Badegewässer, Trinkwassersysteme sowie ökologisch sensible Gewässer- und Auenbereiche.

Zuständige und aktiv beteiligte Akteure sind hierbei insbesondere:

- die unteren und oberen Wasserbehörden der Landkreise und Länder,
- Umweltämter und Gesundheitsämter,
- kommunale Wasserversorger und Abwasserverbände,
- Landesämter für Umweltschutz und Gewässerüberwachung,
- Naturparke und Naturschutzbehörden,
- Kommunen entlang der Gewässer,
- sowie ergänzend touristische Akteure und Betreiber von Freizeit- und Erholungseinrichtungen.

Die Überwachung erfolgt auf Grundlage nationaler und europäischer Vorgaben, unter anderem der EU-Wasserrahmenrichtlinie sowie der Badegewässerverordnung. Ergebnisse zu Trinkwasser- und Badegewässerqualität werden öffentlich zugänglich gemacht, beispielsweise über Landesportale, kommunale Informationssysteme und Veröffentlichungen der zuständigen Behörden.

Für den Fall von Beeinträchtigungen der Wasserqualität bestehen behördliche Melde-, Kontroll- und Reaktionssysteme. Diese umfassen unter anderem Warnhinweise, Nutzungseinschränkungen, Ursachenanalysen sowie Maßnahmen zur Gefahrenabwehr oder Gewässersanierung. Besonders relevant sind hierbei Hochwasser-, Starkregen- und Niedrigwasserereignisse, die infolge des Klimawandels an Bedeutung gewinnen.

Die touristischen Verantwortlichen der Destination wirken unterstützend mit, indem sie Informationen zu Natur- und Gewässerschutz in die Besucherkommunikation integrieren und bei touristischen Infrastrukturmaßnahmen wasserbezogene Umweltanforderungen berücksichtigen.

6.8 ABWASSER

n der Destination Saale-Unstrut gibt es verbindliche gesetzliche Regelungen zur Abwasserentsorgung und Abwasserbehandlung, deren Umsetzung und Kontrolle durch zuständige Fachbehörden und kommunale Einrichtungen erfolgt.

Die Aufstellung, Wartung und Prüfung von Kläranlagen, Kleinkläranlagen und Abwassersystemen unterliegt den geltenden wasserrechtlichen und umweltrechtlichen Vorgaben auf Bundes-, Landes- und kommunaler Ebene. Ebenso existieren etablierte Systeme zur Sammlung, Behandlung und Entsorgung von Abwasser. Kläranlagen und Entsorgungsstrukturen werden regelmäßig gewartet und kontrolliert, um Belastungen für Gewässer, Böden und sensible Naturräume zu minimieren.

Zuständige und aktiv beteiligte Akteure sind hierbei insbesondere:

- kommunale Wasser- und Abwasserverbände,
- kommunale Entsorgungsbetriebe,
- Umwelt- und Wasserbehörden der Landkreise,
- Landesämter für Umweltschutz und Wasserwirtschaft,
- Kommunen und Zweckverbände.

6.9 LICHT- UND LÄRMVERSCHMUTZUNG

In den Bereichen Licht- und Lärmverschmutzung existieren in der Destination Saale-Unstrut gesetzliche Regelungen, kommunale Vorgaben und Genehmigungsverfahren. Die Themen Licht- und Lärmschutz gewinnen insbesondere im Zusammenhang mit Natur-, Landschafts- und Gesundheitsschutz sowie der touristischen Aufenthaltsqualität zunehmend an Bedeutung.

Die Region verfügt über verbindliche immissionsschutzrechtliche Regelungen zur Begrenzung von Lärm- und Lichtemissionen. Diese betreffen unter anderem Veranstaltungen, Gastronomie, Verkehr, Gewerbebetriebe, Beleuchtung im öffentlichen Raum sowie bauliche Anlagen in sensiblen Natur- und Wohnbereichen. Grundlage bilden nationale und landesrechtliche Vorgaben des Immissions-, Natur- und Baurechts.

Zuständige und aktiv beteiligte Akteure sind hierbei insbesondere:

- Kommunen und Ordnungsbehörden,
- Umwelt- und Immissionsschutzbehörden der Landkreise,
- Bau- und Genehmigungsbehörden,
- Naturparke und Naturschutzbehörden,
- Veranstalter und touristische Betriebe,
- kommunale Tourismusorganisationen,
- sowie regionale Netzwerke und touristische Partner.

Insbesondere in landschaftlich sensiblen Bereichen sowie in historischen Ortskernen wird bei touristischen Entwicklungen zunehmend auf eine verträgliche Gestaltung von Beleuchtung, Veranstaltungen und Besucherströmen geachtet. Auch Aspekte wie Nachtruhe, Schutz sensibler Tierarten, Energieeffizienz und die Bewahrung der landschaftlichen Atmosphäre spielen hierbei eine Rolle.

6.10 ENERGIEEFFIZIENZ

Die SUT unterhält eine Hauptgeschäftsstelle in Naumburg und ein weiteres Büro in Hermsdorf. In beiden Objekten ist sie Mieterin und hat daher nur begrenzten Einfluss auf Energieeffizienz der Gebäude und Energiebezug, da wesentliche Bezugsquellen durch die Vermieter vorgegeben werden. Gleichwohl sind die Mitarbeitenden dazu angehalten auf einen schonenden Umgang mit Energiequellen zu achten. So werden Temperatureinstellungen der Nutzung angepasst und auf angemessenes Lüftungsverhalten geachtet.

Im Verbesserungsprogramm ist vorgesehen, Betriebe auch zum Thema Energieeffizienz weiterzubilden und sie auf bestehende Hilfsmittel, Beratungsangebote und Fördermöglichkeiten hinzuweisen.

	Einheit	2024	2025
6.10.1. Stromverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	541,66	Daten liegen noch nicht vor
6.10.2. Heizenergieverbrauch pro Mitarbeitenden und Jahr	kWh	942,84	Daten liegen noch nicht vor
6.10.3. Dienstreisen pro Jahr, davon mit:	km	39.151	35.690
- PkW		*31.598*	*25.903*
- Bahn		*7.553*	*9.787*
6.10.4. Anteil an erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch	%	100	100
6.10.5. CO2-Emissionen der DMO Gesamt	t	6,19	Daten liegen noch nicht vor
6.10.6. CO2-Emissionen der DMO pro Mitarbeitenden	t	0,53	Daten liegen noch nicht vor

6.11 ABFALL

In der Destination Saale-Unstrut gibt es verbindliche gesetzliche Regelungen zur getrennten Erfassung und Entsorgung von Abfällen, deren Umsetzung und Kontrolle durch zuständige Fachbehörden und kommunale Einrichtungen erfolgt. In den Landkreisen und kreisfreien Städten gibt es etablierte Systeme zur Sammlung, Behandlung und Entsorgung von gewerblichen und privaten Abfällen.

Zuständige und aktiv beteiligte Akteure sind hierbei insbesondere:

- Kommunen und Zweckverbände,
- kommunale Entsorgungsbetriebe,
- Umweltbehörden der Landkreise,
- Landesämter für Umweltschutz.

Die SUT erfasst ihre Abfallmengen und verfügt über ein Recyclingsystem, das Abfälle nach Arten trennt. Restabfälle, die nicht wiederverwendet oder recycelt werden können, werden über die kommunalen Entsorgungsstrukturen sicher entsorgt. Bei der Bewirtung von Gästen

in den eigenen Räumlichkeiten verzichtet die SUT GmbH auf Einweggeschirr und weitestgehend auf Portionspackungen.

	Einheit	2024	2025
6.11.1. Abfallaufkommen Restmüll pro Mitarbeitenden und Jahr	l	143,71	153,9
6.11.2. Abfallaufkommen Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	l	246,36	192,38
6.11.3. Abfallaufkommen Plastik pro Mitarbeitenden und Jahr	l	164,24	96,19

6.12 PAPIER

Erstellung und Vertrieb von Printmedien nehmen weiterhin einen wichtigen Teil der Marketingarbeit der SUT ein. Die SUT ist sich der damit verbundenen Ressourcenverbräuche und Umweltauswirkungen bewusst. Bei der Papierauswahl werden Kriterien wie FSC-Mix, FSC-Zertifizierung und Blauer Engel nach Möglichkeit berücksichtigt. Grammaturen wurden angepasst; Auflagenhöhen werden regelmäßig überprüft und bei Bedarf reduziert. Die Notwendigkeit einzelner Printprodukte wird fortlaufend kritisch bewertet.

	Einheit	2024	2025
6.12.1. Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitenden und Jahr	kg	16,04	6,01
6.12.2. Anteil an Recyclingpapier	%	13,33	0
6.12.3. Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	0	0
6.12.4. Gesamtgewicht Kataloge	kg	32.673	20.029,5
6.12.5. Kataloggewicht pro Gast	kg	0,0316	0,0247

6.13 UMWELTFREUNDLICHES MITARBEITENDEN-VERHALTEN

Die SUT gewährt Mitarbeitenden einen Zuschuss zum Bahnticket für Fahrten zur Arbeitsstelle. Für Dienstreisen ist in der Geschäftsanweisung festgelegt, dass vorrangig öffentliche Verkehrsmittel genutzt werden sollen. Für das Büro Hermsdorf steht ein E-Bike zur Inspektion von Rad- und Wanderwegen zur Verfügung.

Die Geschäftsstelle in Naumburg ist ein Mietobjekt, sodass nur begrenzt Einfluss auf das Raumklima genommen werden kann. Für heiße Tage bestehen organisatorische Empfehlungen, etwa frühes Lüften, die Nutzung des klimatisierbaren Besprechungsraums oder mobiles Arbeiten. Am Bürogebäude Hermsdorf ist eine Außenverschattung angebracht. Auch hier gelten die Empfehlungen für regelmäßiges Lüften sowie die Möglichkeiten zur Verschiebung der Arbeitszeit oder mobiles Arbeiten bei Hitze. In den Geschäftsstellen stehen kostenfreies Wasser, Kaffee, Tee und regionales Obst zur Verfügung. Die Mitarbeitenden sind angehalten, Müll zu trennen, Licht bedarfsgerecht zu nutzen und Steckdosenleisten sowie elektrische Geräte nach Arbeitsende bzw. bei Nichtnutzung auszuschalten.

7. SOZIALES: KULTUR UND IDENTITÄT

7.1 SCHUTZ UND ERHALT VON KULTURGÜTERN

Die SUT agiert in einer Destination mit einer hohen Dichte bedeutender Kulturgüter. Dazu zählen historische Bauwerke, sakrale Architektur, archäologische Fundorte sowie die gewachsene Wein- und Kulturlandschaft. Die umfassende Bewertung, Sanierung und Erhaltung dieser Kulturgüter liegen primär in der Verantwortung von Landesbehörden, Kommunen, Eigentümern und spezialisierten Institutionen.

Die SUT übernimmt keine operative Steuerung im Denkmalschutz, ist jedoch eng in regionale Netzwerke eingebunden und verfügt über fundierte Kenntnisse der zentralen Kulturgüter. Diese werden systematisch in der touristischen Kommunikation aufgegriffen und in verschiedenen Medien für Gäste aufbereitet.

Beispielhaft ist die Einbindung der Region in touristische Routen wie „Straße der Romanik“, „Himmelswege“ und Thüringer Porzellanstraße, die bauliche, kulturelle und handwerkliche Themen aufgreifen. Die Zusammenarbeit mit der UNESCO-Welterbestätte Naumburger Dom sowie mit der Arche Nebra als Vermittlungsort des Weltdokumentenerbes Himmelsscheibe von Nebra besteht dauerhaft. Auch immaterielles Kulturerbe wie die Flößerei auf Saale und Weißer Elster, Traditionen wie das Maibaumsetzen im Thüringer Holzland, die Braukunst und der Weinbau werden in der Kommunikation aufgegriffen und damit bewusst gemacht.

7.2 KULTURELLE ARTEFAKTE

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen zum Schutz, Handel und zur Ausstellung historischer und archäologischer Artefakte sind auf Bundes- und Landesebene geregelt und werden durch die zuständigen Behörden überwacht.

7.3 GEISTIGES EIGENTUM

Der Schutz geistigen Eigentums ist durch rechtliche Rahmenbedingungen wie Urheber-, Marken- und Nutzungsrechte gewährleistet. Diese betreffen auch regionale Produkte, kulturelle Ausdrucksformen, kreative Leistungen sowie Bild-, Text- und Gestaltungsrechte.

Die SUT berücksichtigt diese Rechte in ihrer Arbeit, etwa bei der Nutzung von Bildmaterial, Texten, Logos, Marken und regionalen Bezeichnungen. Nutzungsrechte werden vor der Veröffentlichung geprüft und dokumentiert.

7.4 KULTURELLE IDENTITÄT

Die SUT bindet Aspekte des immateriellen Kulturerbes aktiv in Kommunikations- und Marketingmaßnahmen ein. Dazu zählen insbesondere Weinbaukultur, regionale Kulinarik, Brauchtum, Handwerk, Musik, Feste und kulturelle Besonderheiten.

In Zusammenarbeit regionaler Akteure und Netzwerke werden authentische Angebote entwickelt und vermarktet, die die Besonderheiten der Region erlebbar machen. Lokale Produzentinnen und Produzenten, Kulturschaffende, Vereine und Initiativen werden dabei sichtbar eingebunden. Exemplarisch seien an dieser Stelle das traditionelle Maibaumsetzen an verschiedenen Orten im Thüringer Holzland, dass jährlich zwischen Ende April und Pfingsten stattfindet, oder die jährlichen Weinfeste in ganz Saale-Unstrut genannt.

7.5 ZUGANG ZU NATÜRLICHEN UND KULTURELLEN STÄTTEN

Die SUT agiert in einer Destination mit einer hohen Dichte bedeutender Kulturgüter. Dazu zählen historische Bauwerke, sakrale Architektur, archäologische Fundorte sowie die gewachsene Wein- und Kulturlandschaft. Die umfassende Bewertung, Sanierung und Erhaltung sowie die Sicherstellung der Zugänglichkeit dieser Kulturgüter liegen primär in der Verantwortung von Landesbehörden, Kommunen, Eigentümern und spezialisierten Institutionen.

8. SOZIALES: GEMEINWOHL UND LEBENSQUALITÄT

8.1 MENSCHENRECHTE

Die freiheitlich-demokratische Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland sowie europäische und nationale Rechtsvorschriften sichern die Einhaltung der Menschenrechte. Die SUT achtet diese Grundlagen in ihrer Arbeit und verpflichtet sich zu rechtmäßigem, diskriminierungsfreiem und respektvollem Handeln gegenüber Mitarbeitenden, Partnerinnen und Partnern sowie Gästen.

8.2 RISIKOMANAGEMENT

Die SUT steht mit kommunalen Stellen, Landesbehörden und Verbänden in engem Kontakt, um über Gefährdungslagen, Störungen oder Einschränkungen informiert zu sein. Hinweise zu Sperrungen von Rad- und Wanderwegen, Wald- und Bauarbeiten oder Hochwasserlagen werden an Gäste und Partner kommuniziert, soweit sie der SUT vorliegen. Ein umfassender Krisenmanagementplan zur Gewährleistung der Sicherheit und Gesundheit von Gästen für die Gesamtdestination besteht nicht, sondern auf regionaler Ebene der Landkreise und kreisfreien Städte, mit denen die SUT im Austausch ist.

8.3 BESCHÄFTIGUNGSQUALITÄT UND FAMILIENFREUNDLICHE ARBEITS-BEDINGUNGEN

Die SUT führte im Rahmen des Projekts „Leben und Arbeiten“ zwischen 2021 und 2025 eine Kommunikations- und Netzwerkkampagne zu Arbeitskräftesicherung, Attraktivität touristischer Ausbildungsberufe und Tourismusbewusstsein durch. Im Rahmen der Kampagne wurden verschiedene Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt. Zugleich entstand ein Netzwerk touristischer Partner, die sich in einer Charta zu fairen Arbeitsbedingungen und einem wertschätzenden Miteinander verpflichtet haben. Die Qualität der Beschäftigung und familienfreundliche Arbeitsbedingungen sind für Partner des Netzwerkes von großer Bedeutung.

Die SUT geht mit gutem Beispiel voran und schafft mit flexiblen Arbeitszeitmodellen, Gleitzeit und einer transparenten Überstundenregelung gute Voraussetzungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Zudem bietet sie ihren Mitarbeitenden vielfältige Weiterbildungsmöglichkeiten, etwa interne Schulungen, Seminare, Workshops, den Austausch in Arbeitsgruppen und Netzwerken sowie die Teilnahme an Fachtagungen und Exkursionen. 2026 wurde die SUT GmbH erstmals mit dem Siegel „Mitarbeiterfreundliches Unternehmen“ der Initiative Fachkraft im Fokus ausgezeichnet.

8.4 TOURISMUSAKZEPTANZ DER LOKALBEVÖLKERUNG

Tourismusakzeptanz setzt Tourismusbewusstsein voraus. Zur Stärkung des Tourismusbewusstseins in der Region führt die SUT verschiedene Kampagnen durch. Im Rahmen der Binnenmarketingkampagne „Entdecke, was du zu kennen glaubst“ entstanden seit 2024 unter anderem großformatige Plakate, Bauzaunbanner, eine Fotoausstellung, Social-Media-Beiträge und Gewinnspiele. Die Familien-Rallye motiviert seit 2025 Familien dazu, die Region neu zu entdecken. Mit Berichten über ehrenamtliches Engagement im Tourismus würdigt die SUT die Aktiven und macht sichtbar, wo Tourismus mit Alltag, Gemeinwohl und regionaler Identität verbunden ist.

Die Tourismusakzeptanz wurde im Rahmen einer Studie 2025 ermittelt[38]. Dafür wurde per Stichprobe die Bevölkerung in Saale-Unstrut befragt[39]. Das persönliche sowie das auf den Wohnort bezogene Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) gibt Auskunft über den Grad der Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung. Der TAS-Wohnort liegt bei +41, der persönliche TAS liegt bei +25[40]. Im bundesweiten Vergleich liegt Saale-Unstrut mit TAS-W auf Rang 32 von 68 Destinationen und knapp unter den Mittelwert von +42. Der TAS-P liegt im bundesdeutschen Mittel bei +20; Saale-Unstrut rangiert mit einem Wert von +25 auf Platz 27 von 68 Destinationen.[41] Eine regelmäßige Wiederholung der Studie und Ableitung von Maßnahmen mit verantwortlichen Akteuren ist geplant.

8.5 EHRENAMTLICHES UND BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Im Saale-Holzland-Kreis betreut die SUT ein Netzwerk ehrenamtlich aktiver Wanderwegewartinnen und Wanderwegewarten. Derzeit sind 14 Personen auf Abschnitten regionaler und überregionaler Wanderwege für Kontrollen sowie kleinere Erhaltungs- und Markierungsmaßnahmen unterwegs. Dieses Engagement unterstützt die hauptamtlichen Strukturen maßgeblich und verbessert das Erlebnis für Gäste und Erholungssuchende. In jährlichen Veranstaltungen wird den Ehrenamtlichen gedankt und ihr Einsatz gewürdigt.

Im Rahmen der Stärkung des Tourismusbewusstseins wurde die Serie „Tourismusbewusstsein in Aktion“ ins Leben gerufen. Regelmäßig wird über das Engagement von Einzelpersonen und Vereinen berichtet, die sich mit ihrer Tätigkeit im weitesten Sinne für den Tourismus einsetzen.[42]

---

[38] Dwif: Bevölkerungsbefragung zu den Themen Tourismusbewusstsein, Akzeptanz und Lebensqualität im Rahmen des Sparkassen-Tourismusbarometers Ostdeutschland 2025, Ergebnisse für Saale-Unstrut, München, April 2025.

[39] Die Gesamtstichprobe belief sich auf 469 Teilnehmende ab 16 Jahre. Die Befragung erfolgte hybrid (online und telefonisch) im Zeitraum zwischen Februar und März 2025.

[40] Der TAS-Wert erfasst, wie Einheimische die Auswirkungen des Tourismus in ihrem Wohnort allgemein (TAS-W) und persönlich (TAS-P) wahrnehmen. Grundlage ist eine 5er-Skala von „überwiegend negativ“ bis „überwiegend positiv“. Berechnet wird die Differenz aus positiven und negativen Nennungen, sodass Werte zwischen -100 und +100 möglich sind.

[41] Deutsches Institut für Tourismusforschung (FH Westküste), dwif-Consulting (Hrsg.): Tourismusakzeptanz in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung – Benchmark der zentralen Kennzahlen 2023-2025, Heide und München, Juni 2025.

[42] Siehe: https://www.saale-unstrut-tourismus.de/leben-und-arbeiten/leben-im-tourismus/tourismusbewusstsein-in-aktion/

In konkreten Projekten werden gemeinnützige und ehrenamtliche Organisationen der Region unterstützt; soweit möglich, werden Produkte oder Dienstleistungen dieser Einrichtungen bezogen. Ein Beispiel sind die „Handgemacht Saale-Unstrut“ - Kühltaschen mit jährlich wechselndem Inhalt, die durch die anerkannte Werkstatt für behinderte Menschen der INTEGRA Weißenfelser Land gGmbH gepackt werden. Für Pflege- und Erhaltungsmaßnahmen an Wanderwegen arbeitet die SUT regelmäßig mit dem Bereich Garten- und Landschaftspflege der Roda Werkstatt Stadtroda oder der ÜAG Jena zusammen, ebenfalls anerkannte Werkstätten für Menschen mit Behinderungen.

Punktuell unterstützt die SUT zudem Initiativen bei der Organisation von Veranstaltungen, beispielsweise das „Anradeln an der Weißen Elster“. Die Organisationsgruppe wurde unter anderem durch die Erstellung eines Logos und eines Flyers unterstützt.

Eine Ausweitung der Ehrung Ehrenamtlicher im Tourismus ist im Verbesserungsprogramm vorgesehen. Dabei sollen bestehende Ehrungen der Landkreise und Kommunen auf Schnittmengen geprüft und Synergien genutzt werden.

8.6 ARBEITSBEDINGUNGEN IN DER DMO

Wertschätzung, Anerkennung und eigenverantwortliches Arbeiten im jeweiligen Handlungsspielraum der Mitarbeitenden sind der SUT wichtig. Mobiles Arbeiten, flache Hierarchien, ein hohes Maß an Eigenverantwortung sowie ein offener, ehrlicher und respektvoller Umgang schaffen ein gutes Arbeitsumfeld. Die SUT bietet familienfreundliche Arbeitsbedingungen und Maßnahmen zur Steigerung der Beschäftigungsattraktivität über gesetzliche Anforderungen hinaus. Die Entlohnung orientiert sich an kommunalen Tarifstrukturen.

	Einheit	2024	2025
8.6.1. Anzahl Festangestellte (Volläquivalente)	Anz	11,69	12,47
8.6.2. Anzahl freiberufliche/saisonale Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anz	0,015	0,024

8.7 MITARBEITENDEN-ZUFRIEDENHEIT IN DER DMO

Die SUT führte erstmals 2023 eine Mitarbeitendenbefragung durch und leitete daraus Maßnahmen ab. Im Rahmen der Teilnahme am Landesprogramm „Fachkraft im Fokus“ folgte 2025 eine weitere Befragung anhand des Wertenetzes©. Dabei wurden persönliche Wichtigkeit und Umsetzung im Unternehmen zu Themen wie persönliche Entwicklung, Arbeitsbedingungen, Gestaltung des Arbeitsprozesses, Kommunikation, Unternehmenskultur, Digitalisierung und Willkommenskultur abgeglichen. Abweichungen zeigten sich unter anderem bei betrieblicher Gesundheitsförderung, Wissensübergabe beim Ausscheiden von Mitarbeitenden, offener Kommunikation, Datenschutzsicherheit, Umgang mit KI, strukturierter Einarbeitung sowie Störungen im Arbeitsablauf und hoher Aufgabenparallelität. Diese Herausforderungen wurden in einem Workshop mit den Mitarbeitenden erörtert und in Lösungsansätze überführt.

Auf Grundlage der Ergebnisse der Mitarbeitendenbefragung wurde die SUT 2026 als „Mitarbeiterfreundliches Unternehmen“ ausgezeichnet.

	Einheit	2025
8.7.1, Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	81,25
8.7.2 Rücklaufquote der Mitarbeitenden-Befragung	%	100

8.8 TOLERANZ UND INKLUSION

Die SUT garantiert und unterstützt Chancengleichheit in Bezug auf Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Geschlecht, Herkunft, ethnischer Zugehörigkeit, Alter, Religion oder Weltanschauung, sexueller Orientierung und Behinderung.

Ein toleranter und respektvoller Umgang wird intern durch die Unternehmenskultur der SUT und extern durch Netzwerkarbeit, Partnerkommunikation und die Förderung barrierefreier Angebote gestärkt. Auch bei Kooperationen und Projekten achtet die SUT darauf, diskriminierungsfreie Zugänge, Teilhabe und respektvolle Kommunikation zu unterstützen.

Die SUT ist Unterstützerin des Bündnisses „Weltoffenes Thüringen“[43].

8.9 SCHULUNG ZUR NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeitsthemen werden in internen Besprechungen, Workshops, Zertifizierungsprozessen und externen Fachveranstaltungen aufgegriffen. Relevante Inhalte betreffen unter anderem nachhaltige Angebotsentwicklung, Barrierefreiheit, Qualität, regionale Wertschöpfung, Klimaschutz, Mobilität, Kommunikation und Datenschutz. Der weitere Ausbau strukturierter Nachhaltigkeitsschulungen für Mitarbeitende und Partnerbetriebe wird im Verbesserungsprogramm berücksichtigt.

Die Mitarbeitenden haben darüber hinaus regelmäßig die Möglichkeit, fachliche Schulungen und Weiterbildungen in Anspruch zu nehmen. Freistellungen nach dem Bildungsfreistellungsgesetz werden ermöglicht, sofern die Voraussetzungen erfüllt sind.

[43] https://thueringen-weltoffen.de/

9. ANHANG

9.1. ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

DMO = Destinationsmanagementorganisation

IHK = Industrie- und Handelskammer

LTV = Landestourismusverband Sachsen-Anhalt e.V.

SUT = Saale-Unstrut Tourismus GmbH

SUT e.V.= Saale-Unstrut-Tourismus e.V.

TTG = Thüringer Tourismus GmbH

TTV e.V. = Thüringer Tourismusverband Saale-Holzland e.V.

9.2. GLOSSAR

Destination = touristische Region

Partnerbetriebe = Touristische Dienstleister, die im Rahmen des Zertifizierungsprozesses zum Nachhaltigen Reiseziel mit der DMO eine Partnervereinbarung unterzeichnet haben und entweder eine von TourCert anerkannte Auszeichnung oder Zertifizierung oder den TourCert Qualified haben.