

# Nachhaltigkeitsbericht 2025

Zeit zu bleiben...



## Impressum

Standortname: Wernigerode  
Anschrift: Marktstraße 10  
38855 Wernigerode  
Telefon: 03943 - 55378-35  
E-Mail: info@wernigerode-tourismus.de  
Website: www.wernigerode-tourismus.de  
Nachhaltigkeitsbeauftragte: Michaela Eckert  
m.eckert@wernigerode-tourismus.de  
09349-55378-21

Inga Korsch  
i.korsch@wernigerode-tourismus.de  
03943 - 55378-26

Bildmaterial: Polyluchs Kreativagentur

Jahr der Datenerfassung ist 2024

# Inhalt

<b>Editorial</b>	1
<b>Herzlich Willkommen in Wernigerode</b>	2
<b>Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern Notwendigkeit</b>	4
<b>1. Management: Strategie &amp; Planung</b>	5
1.1 Politische Entscheidung & Tourismusstrategie	5
1.2 Nachhaltigkeitsrat	6
1.3 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur	6
1.4 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug	6
1.5 Nachhaltigkeitsbeauftragte	6
1.6 Partnerbetriebe	7
1.7 Dialog mit Anspruchsgruppen	8
1.8 Nachhaltigkeitskommunikation	9
1.9 Rechtskonformität	9
1.10 Verbesserungsmanagement	9
<b>2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung</b>	10
2.1 Gästezufriedenheit und -feedback	10
2.2 Qualitätsbewusstsein & Innovation	10
2.3 Gästeinformation	10
2.4 Werbe- und Informationsmaterial	10
2.5 Barrierefreiheit	11
2.6 Nachhaltige Produktbausteine	11
<b>3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung</b>	12
3.1 Wirtschaftliche Stabilität	12
3.2 Saisonalität	12
3.3 Zufriedenheit mit der DMO	13
<b>4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand</b>	14
4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe	14
4.2 Öko-faire Beschaffung	15
4.3 Quantität & Qualität von Beschäftigung	15

<b>5. Umwelt: Schutz von Natur &amp; Landschaft</b>	16
5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt	16
5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren	17
5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt	18
5.4 Regional abgestimmte BesucherInnenlenkung	19
5.5 Naturnahe Flächen & Außenanlagen	20
<b>6. Umwelt: Ressourcenmanagement</b>	21
6.1 Handlungsfelder des Klimawandels	21
6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte	21
6.3 Umweltschonende An- und Abreise	21
6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort	22
6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben	22
6.6 Energieeffizienz	22
6.7 Papier	22
6.8 Umweltfreundliches Mitarbeitendenverhalten	23
<b>7. Soziales: Kultur &amp; Identität</b>	24
Schutz und Erhalt von Kulturgütern	24
<b>8. Soziales: Gemeinwohl &amp; Lebensqualität</b>	25
8.1 Menschenrechte	25
8.2 Risikomanagement	25
8.3 Beschäftigungsqualität & familienfreundliche Arbeitsbedingungen	25
8.4 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung	25
8.5 Ehrenamtliches & bürgerschaftliches Engagement	26
8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO	26
8.7 Zufriedenheit der Mitarbeitenden	26
8.8 Toleranz & Inklusion	26
8.9 Schulungen zur Nachhaltigkeit	26

## Editorial

---

Nachhaltigkeit im Tourismus? Geht das überhaupt? Wo doch das Reisen an sich durch die notwendige Mobilität schon umweltschädlich genug ist... Doch Nachhaltigkeit bedeutet mehr. Nachhaltigkeit bedeutet Zukunftsfähigkeit. Das gilt für alle Bereiche unseres Lebens – ob Wirtschaft, Bildung, Ökologie, Tourismus, genauso aber für unsere Ernährung und unseren Lebensstil.

„Jede Entscheidung, die ansteht, sollte unter dem Blickwinkel der Nachhaltigkeit betrachtet werden“ – dazu hat sich die Stadt Wernigerode bekannt. Seit 2015 arbeitet sie langfristig und zielgenau an einer Stadt, die den Maßstäben der Nachhaltigkeit genügt – mit dem obersten Ziel ein Gemeinwesen zu hinterlassen, das unseren Kindern und Enkelkindern ein Leben ermöglicht, das lebenswert ist.

Der Begriff der Nachhaltigkeit, der in unserer Zeit mehr denn je aktuell wird, wurde vor mehr als 250 Jahren zuallererst für den Wald geprägt. Nachhaltigkeit: Das Gesunde, Produktive aus der Vergangenheit übernehmen und in die Zukunft führen. Unsere Gesellschaft aber hat sich angewöhnt, für den Tag zu leben, der Spaß steht im Vordergrund, die Verlockung. Nachhaltigkeit bedeutet, nur so viel dem System zu entnehmen, wie wieder hinzukommt. Jeder dem Wald entnommene Stamm ist nur Teil eines sich immer wieder erneuernden Ganzen. So die Urform.

Mit unserem heutigen Tun beeinflussen wir oft sowohl die kurzfristige Veränderung unseres Umfeldes, häufig aber auch die langfristige Entwicklung unserer Lebensgrundlagen. Auch wir Touristiker können unseren Beitrag für ein nachhaltiges Leben leisten. Viele große und kleine Bausteine liegen in unserer Hand. Wie ein Förster nicht mehr Holz aus dem Wald entnimmt als wieder nachwächst, so einfach müssen auch wir unsere Angebote und Dienstleistungen strukturieren. Wir müssen neu denken, müssen ausprobieren und müssen den Markt und seine Anforderungen mitgestalten. Unsere Aufgabe ist es unsere Gäste davon zu überzeugen, dass Urlaub in Wernigerode und Schierke auch noch in 100 Jahren möglich sein soll.

Es ist also unser Ziel, ein Gleichgewicht zwischen all den genannten Faktoren zu schaffen und damit sicherzustellen, dass wir unseren Kindern und Enkelkindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben.

Nachhaltige Stadtentwicklung ist ein solches dickes Brett, das es zu bohren gilt. Von Menschen, die heute nicht nur an morgen, sondern auch an übermorgen denken. Daran wollen wir als Team der Wernigerode Tourismus GmbH mit unseren Destinationen Wernigerode und Schierke arbeiten. Dafür wollen wir genau überlegen, wollen abwägen, wollen wieder und wieder neu entscheiden, wollen wach und aufmerksam bleiben und wollen motivieren. Mitmachen – damit unsere Destination langfristig nachhaltig touristische genutzt werden kann.



**Andreas Meling**  
Geschäftsführer

## Herzlich Willkommen in Wernigerode



**„Alle Städte den Harz hinauf, den Harz hinab, haben ihre Schätze und Kostbarkeiten,  
keine aber ist so reich und so bunt wie Wernigerode.“**

Hermann Löns

Ende des 19. Jahrhunderts prägte der deutsche Natur- und Heimatdichter Hermann Löns den Beinamen „Bunte Stadt am Harz“, den Wernigerode bis heute trägt. 1121 wurde die Stadt, die sich zu einem der beliebtesten Ausflugsziele im Harz entwickelt hat, erstmals urkundlich erwähnt.

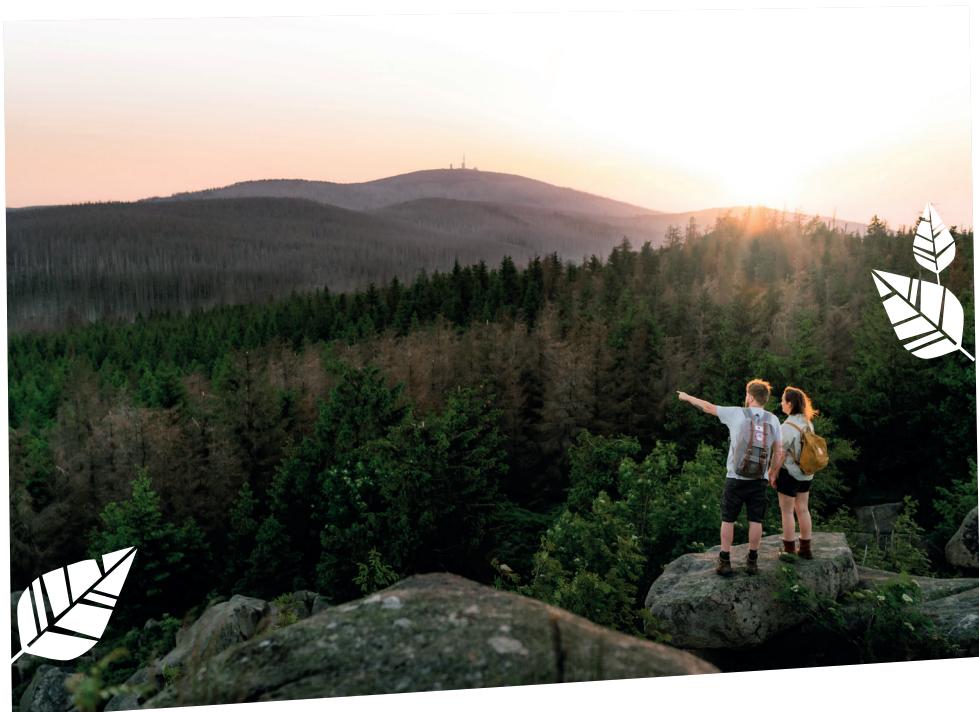
Bunte Fachwerkbauten, gemütliche Gassen und der historische Stadtkern prägen das Bild der Stadt am Nordrand des Harzes. Das Rathaus und der Wohltäterbrunnen auf dem Marktplatz, das Schiefe Haus und das Kleinste Haus sind nur einige Beispiele für die charakteristische Fachwerkkunst. Das Rathaus liegt direkt am Marktplatz und verleiht dem knapp 32.000 EinwohnerInnen zählenden Harzstädtchen den oftmals zitierten „Bilderbuchcharakter“. Als Wahrzeichen der Stadt ist es überregional bekannt und als Hochzeitsstätte äußerst beliebt.

Auch NaturliebhaberInnen und Frischluftliebende kommen auf ihre Kosten. In der Stadt selbst laden zahlreiche Grünanlagen wie der Lustgarten, der Wildpark Christianental oder der Bürger- und Miniaturenpark zum Verweilen, Erkennen und Lernen der heimischen Naturvielfalt ein. Die wohl eindrucksvollste Sehenswürdigkeit, die das Panorama von Wernigerode prägt, ist das Schloß Wernigerode mit seiner Schlossterrasse, die einen faszinierenden Blick über die Altstadt bis hinauf Richtung Brocken bietet. Mit seinen 1.141 m ist der Brocken der höchste Berg in Norddeutschland und mitten im Nationalpark Harz gelegen. Dieser ist einer der größten Waldnationalparke Deutschlands und der erste länderübergreifende Nationalpark der Bundesrepublik. Mit seinem 25.000 Hektar bietet er ein geschütztes Zuhause für tausende Pflanzen- und Tierarten. Nicht nur dank der 300 Nebeltage pro Jahr auf dem Brocken ranken sich seit jeher zahlreiche Sagen und Mythen um diesen Gipfel.

Ob zum Erwachen der Blüher des Brockengartens im Frühling, bei strahlendem Sonnenschein im Sommer, in Nebel gehüllt im Herbst oder mit Schnee und Eis bedeckt im Winter, der Brocken ist zu jeder Jahreszeit einen Besuch wert und steht bei den meisten BesucherInnen des Harzes ganz oben auf der To-Do Liste. Wer den Gipfel nicht mit einer Wanderung oder Mountainbike Tour erklimmen möchte, kann auch ganz bequem die Brockenbahn nutzen. Die Fahrt mit der historischen Dampflok von Wernigerode, Drei Annen Hohne oder Schierke bis zum Brocken ist ein einmaliges Erlebnis für Groß und Klein.

Auch Kulturliebende kommen bei uns nicht zu kurz. Neben einer Vielzahl an Kirchen und musealen Einrichtungen, wie dem Konzerthaus Liebfrauen, dem Luftfahrtmuseum oder dem Harzmuseum, werden ganzjährig Veranstaltungen für jeden Geschmack angeboten. Das MDR Harz Open Air oder der Schierker Musiksommer für Musikbegeisterte, das chocolART Schokoladenfestival für Genussmenschen, das eBike your Life Festival für FahrradfreundInnen oder die Walpurgisnacht für Mittelalterfans sind nur einige der zahlreichen Veranstaltungen, die nicht nur BesucherInnen nach Wernigerode und Schierke locken, sondern auch immer wieder ein Highlight für unsere EinwohnerInnen sind.

Ein Paradies für Outdoorliebende und Adrenalinjunkies ist der Ortsteil Schierke. Neben der begehrten Brockenwanderung findet man rund um Schierke ein dichtes Netz an Wanderwegen mit leichten bis schweren Touren, eine Vielzahl an gut ausgeschilderten Mountainbike Strecken sowie einzigartige Fels- und Klippenformationen, die zum Klettern und Bouldernd einladen. Die Schierker Feuerstein Arena ist fast ganzjährig geöffnet und ein tolles Erlebnis für die ganze Familie. Rollschuhlaufen, Minigolf, eine Boulderwand und Trampoline sorgen im Sommer für großes Vergnügen, während die Arena im Winter zu einem Eisstadion umgebaut ist. Zusätzlich zum Schlittschuhlaufen sind es vor allem die 72 km präparierte Loipen, die von Wintersportfans geschätzt werden. Auch Schneeschuhwanderungen oder Rodeln sind möglich. Seit 2021 hat Schierke eine weitere sportliche Attraktion – eine 300 m lange Rennschlittenbahn, die nicht nur im Winter, sondern auch im Sommer mit Räderschlitten befahren werden kann.



## Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern Notwendigkeit

Nachhaltigkeit – ein Wort, das uns in den letzten Jahren überall begegnet. Dennoch ist Nachhaltigkeit kein neues Konzept. Der Grundgedanke von Nachhaltigkeit, der erstmals im 18. Jahrhundert aufkam, entstand in der Forstwirtschaft. Dieser besagte, dass nur so viele Bäume in einem Wald gefällt werden dürfen, wie in diesem auch in absehbarer Zeit nachwachsen können. Spätestens seit der 2015 verabschiedeten Agenda 2030, in der die Weltgemeinschaft 17 Ziele (Sustainable Development Goals) für eine sozial, wirtschaftlich und ökologisch nachhaltige Entwicklung festgelegt haben, ist Nachhaltigkeit auf dem Vormarsch.



Quelle: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Nachhaltigkeit bezieht sich nicht nur auf Umweltschutz, wie fälschlicherweise oft im ersten Moment gedacht wird. Im unternehmerischen Sinn gibt es das sogenannte Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit bestehend aus Ökologie, Ökonomie und Sozialem. Das Modell besagt, dass eine nachhaltige Entwicklung nur dann zu erreichen sei, wenn alle drei Säulen zu gleichen Teilen Beachtung finden. Demnach müssen Umwelt, Wirtschaft und Soziales betreffende Aspekte zu gleichen Teilen berücksichtigt werden. Bezogen auf den Tourismus folgt ökologische Nachhaltigkeit dem Grundgedanken des Begriffes im Sinne von Ressourcenschonung, Erhalt der Biodiversität und Klimaschutz. Ökonomische Nachhaltigkeit im Tourismus umfasst diesen als wichtigen Wirtschaftsfaktor für eine Destination und fokussiert sich auf ein nachhaltig ausgerichtetes Angebot für Touristen und Einheimische. Soziale Nachhaltigkeit beinhaltet neben dem Erhalt der kulturellen Identität einer Destination auch die Arbeitsbedingungen in den ansässigen Unternehmen sowie Angebote für Gäste mit besonderen Bedürfnissen.

Der TourCert Zertifizierungsprozess zum nachhaltigen Reiseziel richtet sich ebenfalls nach dem Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit. Im Zentrum dabei steht das Management des zertifizierenden Unternehmens, das mittels eigener Strategie und Planung für eine ausgewogene Entwicklung in allen Bereichen verantwortlich ist. All diese Punkte werden im folgenden Nachhaltigkeitsbericht aufgegriffen und auf die Wernigerode Tourismus GmbH übertragen.

# 1. Management: Strategie & Planung

## 1.1 Politische Entscheidung & Tourismusstrategie

Das Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung des Landes Sachsen-Anhalt hat für die touristische Entwicklung Sachsen-Anhalts einen Masterplan Tourismus 2027 verfasst. Der Masterplan bildet den strategischen Rahmen für die Tourismusentwicklung bis 2027 in Sachsen-Anhalt ab, definiert Vision, Leitziele sowie Handlungsfelder und bündelt die Aktivitäten aller touristischen Akteure auf Landes-, Regional- und Kommunalebene.



Abb. 1: Identifizierte Handlungsfelder und Zukunftsaufgaben für den Masterplan Tourismus Sachsen-Anhalt 2027

Das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus wird dabei nicht als alleinstehendes Handlungsfeld aufgeführt, sondern als übergeordnete Leitlinie für alle Handlungsfelder, in denen ökonomische, ökologische und soziale Belange und deren Wirkungszusammenhänge aus Sicht von Wirtschaft, Umwelt, Einwohnern, Gästen und Arbeitnehmern berücksichtigt werden. Ein zentrales Nachhaltigkeits-Leitprojekt ist die „Nachhaltigkeitsoffensive“ des Landestourismusverbands, mit dem Ziel, Zertifizierungen nachhaltiger Reiseregionen in allen fünf Tourismusregionen bis 2025 zu etablieren – als starkes Symbol und Impuls für die gesamte Branche. Bereits vor der Corona Pandemie wurde die Destination Wernigerode als übernachtungsstärkste Destination Sachsen-Anhalts als Leuchtturmdestination festlegt, die als erstes nachhaltiges Reiseziel in Sachsen-Anhalt zertifiziert werden sollte. Auf Regionalebene sieht das Zukunftskonzept Harz 2025 des Harzer Tourismusverbandes eine Positionierung des Harzes als nachhaltige Ganzjahresdestination vor und setzt dabei auf Profilthemen wie Natur, Kultur und Aktivität sowie authentische Erlebnisangebote, die seine besondere Landschaft, Flora und Fauna sowie sein kulturelles Erbe hervorheben. Nachhaltigkeit wird als integraler Bestandteil verstanden: Es geht um den sensiblen Umgang mit natürlichen Ressourcen, die Bewahrung kultureller Werte und authentisches Angebot — alles unter der Prämisse von ökonomischer Tragfähigkeit und langfristiger Identität.

Die Zertifizierung und Positionierung Wernigerodes als nachhaltiges Reiseziel steht somit in Einklang mit der Landes- und Regionalstrategie und ist eine Signalwirkung für das gesamte Land Sachsen-Anhalt und die Region Harz.

## **1.2 Nachhaltigkeitsrat**

Der Nachhaltigkeitsrat der Destination Wernigerode wurde im Zuge der Erstzertifizierung 2022 ins Leben gerufen und setzt sich aus verschiedenen Interessengruppen zusammen. Er hat die Destination nicht nur während des Zertifizierungsprozesses begleitet, sondern auch darüber hinaus. Neben dem Geschäftsführer und MitarbeiterInnen der Wernigerode Tourismus GmbH sind Vertreter der Stadt Wernigerode, des Landestourismusverbandes Sachsen-Anhalt, des Harzer Tourismusverbandes, des Nationalparks Harz, der Hochschule Harz sowie Leistungsträger der Destination an der Arbeit im Nachhaltigkeitsrat beteiligt. Mit der Unterstützung des Nachhaltigkeitsrates durch Vertreter der Stadt Wernigerode wird gleichzeitig sichergestellt, dass Nachhaltigkeit auch auf städtischer Ebene vorangetrieben wird.

## **1.3 Tragfähigkeit der Destinationsmanagement-Struktur**

Die Destination Wernigerode umfasst das Stadtgebiet Wernigerode und die dazugehörigen Ortsteile Schierke am Brocken, Reddeber, Minsleben, Benzingerode und Silstedt. Die Wernigerode Tourismus GmbH ist 100%ige Tochtergesellschaft der Stadt Wernigerode und wurde im Rahmen eines Betrauungsaktes von der Stadt Wernigerode mit Aufgaben von allgemeinem wirtschaftlichen Interesse beauftragt, u.a. Tourismusmarketing im In- und Ausland, Schaffung und Umsetzung einer einheitlichen Marketingstrategie, Implementierung übergreifender Themen auf Stadtebene durch Koordination, Information und Umsetzungsbegleitung (u.a. Klimaanpassung, Nachhaltigkeit, Tourismus für alle etc.). Für die Finanzierung der Erfüllung dieser Aufgaben werden der Wernigerode Tourismus GmbH Kurtaxmittel zur Verfügung gestellt.

## **1.4 Unternehmensleitbild mit Nachhaltigkeitsbezug**

Das Leitbild der Wernigerode Tourismus GmbH wurde in mehreren Workshops von allen Mitarbeitenden des Unternehmens überarbeitet und die nachhaltige Ausrichtung in den Vordergrund gerückt. Angesprochen werden sollen alle Anspruchsgruppen – Politik, touristische PartnerInnen, GeschäftspartnerInnen, BesucherInnen, Einheimische und Mitarbeitende. Dabei wurde sich an den Bestandteilen eines Unternehmensleitbildes orientiert – Slogan, Mission, Vision und Werte. Das Unternehmensleitbild ist auf der Website der Wernigerode Tourismus GmbH zu finden.

## **1.5 Nachhaltigkeitsbeauftragte**

Die Mitarbeiterinnen Michaela Eckert und Inga Korsch wurden von TourCert geschult und als Nachhaltigkeitsbeauftragte ernannt. Im Rahmen dieser Schulung wurden Kenntnisse zur Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit erworben, relevante Stakeholder identifiziert sowie erste Schritte zur Einführung von Nachhaltigkeit in der eigenen Organisation und der gesamten Destination festgelegt. Außerdem wurden Instrumente zur Leitbild- und Strategieentwicklung sowie Methoden zur Moderation des Prozesses vermittelt. Die Nachhaltigkeitsbeauftragten werden zudem vermehrt in Entscheidungsprozesse einbezogen, z.B. bei der Überarbeitung der Merchandise Produkte in den Tourist-Informationen oder im Marketing bei der Erstellung von Printprodukten.



**Inga Korsch**



**Michaela Eckert**

## 1.6 Partnerbetriebe

Die Wernigerode Tourismus GmbH hat im Rahmen der Erstzertifizierung mit dem Aufbau eines Partnernetzwerkes aus touristischen Betrieben begonnen, die an nachhaltigen Angeboten und an einer nachhaltigen Tourismusentwicklung interessiert sind. Einen ähnlichen Ansatz verfolgt das Partnernetzwerk des Nationalpark Harz. Im Mai 2025 haben beide Netzwerke entschieden, zukünftig die Treffen beider Netzwerke zusammenzulegen, um Synergieeffekte zu nutzen und sowohl personelle als auch inhaltliche Überschneidungen zu vermeiden. Die Anzahl der touristischen Betriebe im Verhältnis zur Gesamtzahl der touristischen Betriebe vor Ort ist weiterhin sehr gering. Ziel ist es, diese in den kommenden drei Jahren deutlich zu vergrößern.

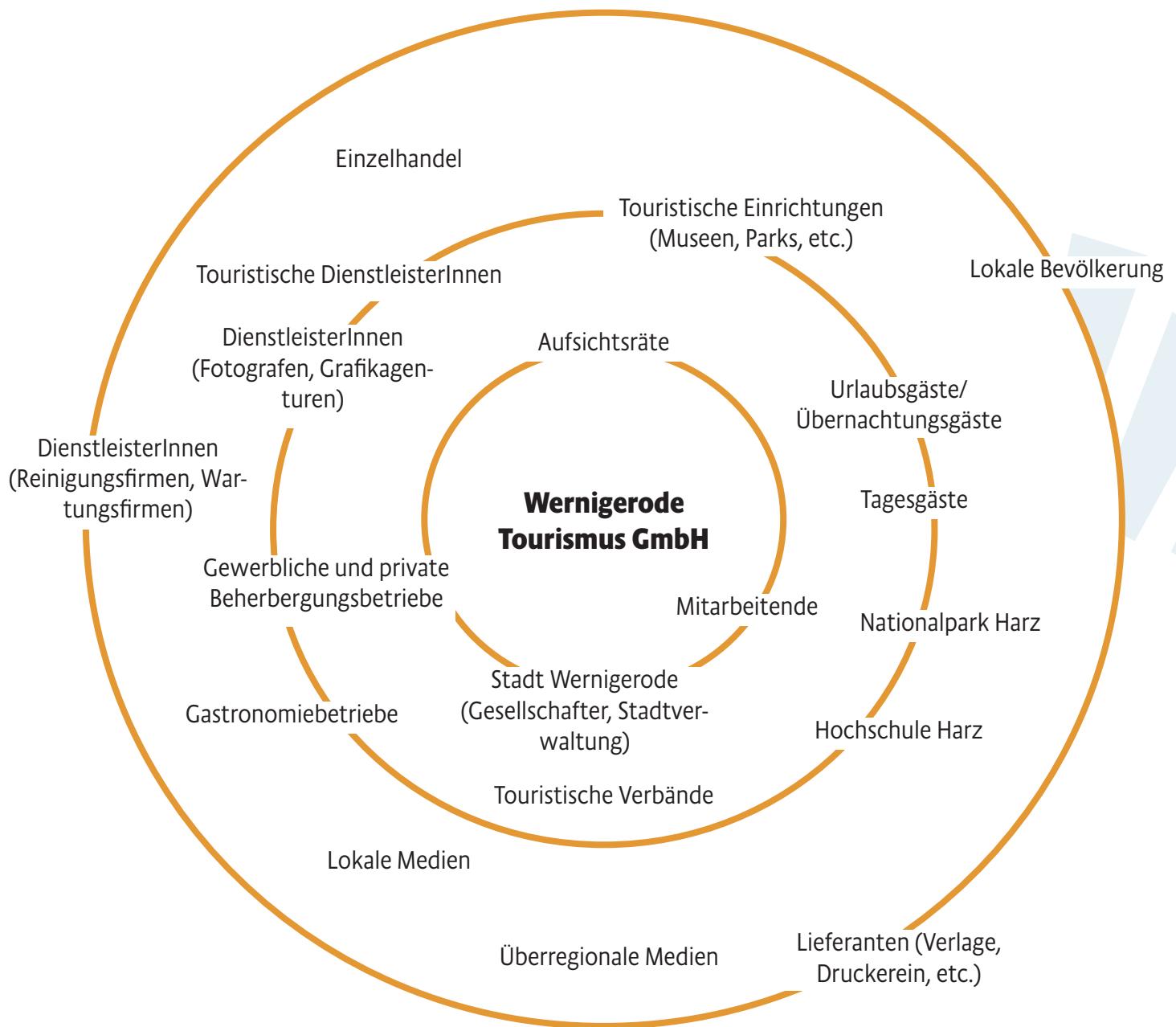
	Einheit	2019	2024
Anzahl anerkannter Partnerbetriebe*	%	4	10
Anzahl von Tourismusbetrieben in der Destination mit Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitslabel**	Anzahl	4	18

\*Gemessen an allen touristischen Anbietern

\*\*Darunter zählen: Greensign, Nationalpark Partnerschaft, Viabono, TUI Umweltchampion, Tourcert

## 1.7 Dialog mit Anspruchsgruppen

Im Zuge der Erstzertifizierung wurde eine Stakeholder Analyse durchgeführt, die alle relevanten Anspruchsgruppen der Wernigerode Tourismus GmbH zeigt. Diese Anspruchsgruppen werden regelmäßig über neue Angebote, Unternehmensinformationen und Branchennews per Newsletter, Social Media, Vermieterstammtische oder den jährlichen ThemenTagTourismus informiert.



## 1.8 Nachhaltigkeitskommunikation

Seit der Zertifizierung als nachhaltiges Reiseziel informiert die Wernigerode Tourismus GmbH auf verschiedenen Kanälen rund um das Thema Nachhaltigkeit. Auf der Website gibt es einen eigenständigen Bereich mit Informationen zu umweltfreundlicher Mobilität vor Ort, Mehrwegangeboten, Tipps für einen nachhaltigen Urlaub, Erlebnisse in der Natur und den Partnerbetrieben. Auch im jährlich erscheinenden Gästemagazin werden Nachhaltigkeitsthemen aufgegriffen. Außerdem wurde 2024 der „Mission Monday“ als Social Media Format eingeführt, bei dem an jedem 1. Montag im Monat ein nachhaltiges Angebot oder eine Veranstaltung vorgestellt wird. Geplant ist vor allem für neue Mitarbeitende eine Art kleinen Leitfaden mit einer Übersicht zu Nachhaltigkeit im Unternehmensalltag und in der Gästekommunikation zu entwickeln.

	Einheit	2019	2024
Nachhaltigkeits-Index Gästeinformations-Bewertung	%	64	76



## 1.9 Rechtkonformität

Die Wernigerode Tourismus GmbH kennt und erfüllt alle maßgeblichen Gesetze im Bereich Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte.

## 1.10 Verbesserungsmanagement

Im Zuge der Erstzertifizierung wurde ein Verbesserungsprogramm mit Maßnahmen für die kommenden Jahre entwickelt. Die Nachhaltigkeitsbeauftragten des Unternehmens sind für die Kontrolle und kontinuierliche Weiterentwicklung des Verbesserungsprogramms zuständig.

## **2. Management: Nachhaltige Angebotsgestaltung**

### **2.1 Gästezufriedenheit und -feedback**

Auf der Website der Wernigerode Tourismus GmbH ist eine Gästenumfrage zu finden. Fragen zu Nachhaltigkeitsthemen sind bisher nicht eingebunden, aber sollen im Rahmen des Verbesserungsprogrammes zukünftig aufgenommen werden.

### **2.2 Qualitätsbewusstsein & Innovation**

Die Tourist-Informationen Wernigerode und Schierke werden aller drei Jahre mit der i-Marke zertifiziert. Diese ist ein Qualitätssiegel des Deutschen Tourismusverbands (DTV) für Tourist-Informationen, das bundesweit einheitliche Standards bei Servicequalität, Ausstattung und Angebot sichert. Des Weiteren sind beide Tourist-Informationen als HarzInformationen zertifiziert. Im Auftrag des DTV übernehmen Kolleginnen und Kollegen der Tourist-Informationen außerdem DTV-Klassifizierungen für Ferienwohnungen und Ferienhäuser und tragen somit zum Qualitätsmanagement und der Qualitätssicherung vor Ort bei. Für alle Vermieterinnen und Vermieter in Wernigerode und Schierke organisiert die Wernigerode Tourismus GmbH einen jährlich stattfindenden ThemenTagTourismus, bei den relevante Tourismustrends, Neuerungen im Bereich Digitalisierung oder sonstige Themen vorgestellt werden.

	Einheit	2019	2024
Anteil von Tourismusbetrieben mit Qualitätsauszeichnung (DTV Klassifizierung)	%	keine Angabe	22

### **2.3 Gästeinformation**

Die Stadtführergilde Wernigerode ist ein wichtiger Partner der Wernigerode Tourismus GmbH und übernimmt Stadtführungen für Touristen. Die Wernigerode Tourismus GmbH nimmt an Mitgliederversammlungen der Stadtführergilde teil und informiert über für Gäste relevante Themen und Veranstaltungshighlights. Im Rahmen des Verbesserungsprogramms wurde festgelegt, dass für die Mitglieder der Stadtführergilde ein kleiner Leitfaden mit Informationen rund um nachhaltigen Tourismus in Wernigerode erstellt werden soll, so dass Gäste umfangreich informiert werden können.

	Einheit	2019	2024
Anzahl von touristischen Informationsquellen	Anzahl	2	2
Nachhaltigkeits-Index GästeführerInnen	%	52	75

### **2.4 Werbe- und Informationsmaterial**

Die Wernigerode Tourismus GmbH veröffentlicht eine Vielzahl an Printprodukten mit Informationen über Wernigerode. In diesen Produkten werden regelmäßig nachhaltige Angebote aufgenommen und auf Wernigerode als nachhaltig zertifiziertes Reiseziel hingewiesen.

## **2.5 Barrierefreiheit**

Nachhaltigkeit ist nicht nur im Kontext von Umwelt- und Klimaschutz zu sehen. In der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung spielt auch die soziale Dimension von Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Dazu gehören neben Chancengleichheit und Inklusion auch Barrierefreiheit. Das Projekt „Reisen für Alle“, das vom Land Sachsen-Anhalt gefördert und von der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt umgesetzt wird, zertifiziert touristische Betriebe bezüglich ihrer barrierefreien Angebote. Dazu gehören stufenlose Eingänge, breite Türen, große Bewegungsflächen, öffentliche Toiletten für Menschen mit Behinderungen sowie teilweise Aufzüge und entsprechend gekennzeichnete Parkplätze. Derzeit sind in Wernigerode und Schierke 11 touristische Einrichtungen (u.a. Hotels, Tourist-Informationen, Freizeiteinrichtungen) mit dem Zertifikat „Reisen für Alle“ ausgezeichnet. Als weiteres Angebot zur Information über barrierefreie Angebote hat die Wernigerode Tourismus GmbH eine Broschüre speziell zu diesem Thema herausgegeben, die 2020 in Zusammenarbeit mit der Hochschule Harz weiterentwickelt wurde. Darin sind u.a. Hinweise zu einer barrierefreien Anreise, Mobilität vor Ort, Sportstätten, Ausflugszielen sowie Hotels und Gaststätten zu finden. Aktuell wird das Thema Barrierefreiheit auch in die Gestaltung der Website einbezogen.

Barrierefreiheit betrifft nicht nur Menschen mit einer körperlichen Behinderung, sondern auch Kinder und ältere Menschen. Im Zuge des demografischen Wandels und der alternden Gesellschaft, spielt Barrierefreiheit ebenfalls eine wichtige Rolle. Seit Juni 2021 arbeitet die Stadtverwaltung Wernigerode gemeinsam mit der Hochschule Harz am Projekt „Seniorenstadtplan“. Neben einer Übersicht der Stadt sind Einrichtungen, die besonders für ältere Menschen wichtig sind, gekennzeichnet, wie z.B. Apotheken oder Toiletten. Verfügbar ist die sogenannte „Silver Map“ sowohl in digitaler als auch Printform.

	Einheit	2019	2024
Anteil von Tourismusbetrieben mit einer Auszeichnung als barrierefreier Betrieb „Reisen für Alle“	%	2,04	1,44

## **2.6 Nachhaltige Produktbausteine**

Die von der Wernigerode Tourismus GmbH kommunizierten touristischen Leistungen, wie z.B. in der Tourist-Information oder auf der Website werden bisher nicht auf den jeweiligen Grad der Nachhaltigkeit bewertet, sondern es erfolgt eine Einzelfallentscheidung.

	Einheit	2019	2024
Anteil der von der DMO auf Nachhaltigkeit bewerteten touristischen Dienstleistungen	%	-	-
Nachhaltigkeits-Index Produktbewertung	%	33	67

### 3. Ökonomie: Ökonomische Sicherung

#### 3.1 Wirtschaftliche Stabilität

Über das Statistische Landesamt Sachsen-Anhalt werden alle wichtigen Kennzahlen einer touristischen Destination mit Übernachtungsbetrieben über 10 Betten erfasst. Mit der Einführung der digitalen Kurtaxmeldung 2021 wurde es der Wernigerode Tourismus GmbH möglich auch genaue Daten für Betriebe unter 10 Betten zu erheben und so ein detailliertes Bild über die touristischen Kennzahlen zu erhalten.

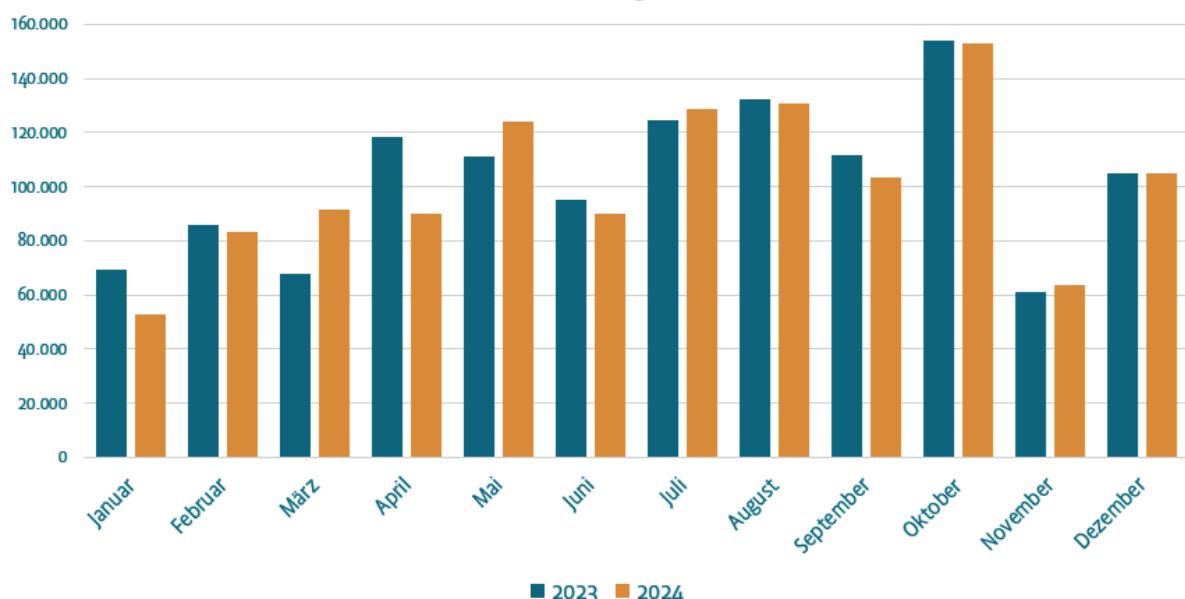
	Einheit	2019	2024
Durchschnittliche Bettenauslastung	%	45	35
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	Tage	2,7	3,1
Anzahl an Übernachtungen pro 1.000 Einwohner (Tourismusintensität)	Anzahl	37,20	39,27
Gesamter Einkommensbetrag des Tourismus in der Region	€	204 Mio.	210 Mio.
Touristische Ausgaben pro Besucher pro Tag (gewerbliche Übernachtung)	€	k.A.	125,30
Höhe des Steueraufkommens des Tourismus	€	k.A.	1.45 Mio.
Anteil direkter Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalente) im Tourismus	Anzahl	k.A.	4.860
Wirtschaftliche Entwicklung der letzten drei Jahre des DMO-Umsatzes	%	+24	+11

#### 3.2 Saisonalität

Die untenstehende Abbildung zeigt die Verteilung der Übernachtungszahlen nach Monaten in den Jahren 2023 und 2024.

	Einheit	2019	2024
Gesamtankünfte pro Jahr	Anzahl	45	410.317
Gesamtübernachtungen pro Jahr	Anzahl	2,7	1.217.515
Anzahl der Monate in der Hauptsaison	Anzahl	10	10

Übernachtungszahlen



Buchungsstärkster Monat ist weiterhin der Oktober mit über 153.000 Übernachtungen jeweils in beiden Jahren. Buchungsschwächster Monat war in 2023 der November und in 2024 der Januar. Wernigerode gilt als klassische Destination für den Zweiturlaub. Während in den Sommerferien weiterhin alpine Regionen und das Mittelmeer Erstreiseziele sind, werden der Harz und Wernigerode vor allem während der Ferien rund um Ostern, Pfingsten und den Herbst gewählt. Vor allem die Übernachtungen im Ortsteil Schierke am Brocken sind in den Wintermonaten stark abhängig von den Schneeverhältnissen. Die Wernigerode Tourismus GmbH ist bemüht vor allem für die Wintermonate wetterunabhängige Veranstaltungsformate zu entwickeln, um sich den Folgen des Klimawandels anzupassen.

### **3.3 Zufriedenheit mit der DMO**

Im Zuge der Rezertifizierung wurde die Geschäftspartnerbefragung an zahlreiche Partnerunternehmen und Interessengruppen der Wernigerode Tourismus GmbH verschickt.

	Einheit	2024
Zufriedenheits-Index PartnerInnen, Interessengruppen	%	70
Rücklaufquote der Befragung der PartnerInnen, DienstleisterInnen, Interessen- gruppen	%	35

## 4. Ökonomie: Lokaler Wohlstand

### 4.1 Regionale Wirtschaftskreisläufe

Die Unterstützung regionaler Unternehmen ist ein wichtiges Element des Unternehmensleitbildes. Die Wernigerode Tourismus GmbH möchte Auftraggeber für Unternehmen in und um Wernigerode sein, um deren Wirtschaftlichkeit zu unterstützen. Im Veranstaltungsbereich wird u.a. eng mit der Eventagentur Studio D4 und anderen Dienstleistern aus Wernigerode zusammengearbeitet, lokale Gastronomiebetriebe oder Cateringfirmen werden für Veranstaltungen beauftragt. Auf dem Schierker Kuhball, dem Schokoladenfestival chocolART, dem Rathausfest oder dem Wernigeröder Weihnachtsmarkt sind eine Vielzahl lokaler und regionaler HändlerInnen an den Ständen zu finden. AnbieterInnen der Regionalmarke „Typisch Harz“ werden Präsentations- und Verkaufsmöglichkeiten auf verschiedenen Veranstaltungen wie dem Schierker Kuhball oder dem Weihnachtsmarkt angeboten. Für musikalische oder sonstige Unterhalten sorgen ebenfalls vorrangig KünstlerInnen aus unserer Region.



SCHOKOFESTIVAL chocolART

Die Marketingabteilung beauftragt ebenfalls nach Möglichkeit regionale Unternehmen, wie die Werbeagentur Polyluchs für Foto- und Filmproduktionen oder Designoffice, den Schmidt-Buch-Verlag und GrafikerInnen aus Wernigerode. Im Bereich der Druckerzeugnisse wird mit der lokalen Harzdruckerei kooperiert oder je nach Wirtschaftlichkeit eine Online Druckerei genutzt. Ein Produkt der Marketingabteilung, das Unternehmen aus Wernigerode für BesucherInnen und Einheimische erlebbar macht, ist der Lebendige Adventskalender. Jedes Jahr im Dezember wird ein Adventskalender gestaltet, bei dem sich hinter jedem Türchen eine weihnachtliche Aktionen für Familien in Wernigerode verbirgt, wie bspw. freier Eintritt für die Schierker Feuerstein Arena, ein weihnachtliches Rezept oder eine Erlebnistour durch den Wildpark Christianental.

In den Tourist-Informationen besteht die Hauptaufgabe der Mitarbeitenden in der Beratung, der Vermittlung und dem Verkauf der lokalen touristischen Angebote wie Übernachtungen, Gästeführungen oder Freizeitangeboten. Im Zuge der Erstzertifizierung wurde das Sortiment an Merchandise Artikeln überarbeitet und um regionale Produkte wie Honig aus dem Bürger- und Miniaturenpark oder in Wernigerode gerösteten Kaffee ergänzt. Die Überarbeitung des Merchandise Angebotes ist eine kontinuierliche Aufgabe, die sich allerdings auch oft nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten richten muss.



## 4.2 Regionale und ökofaire Beschaffung

Bei der Einführung neuer Produkte werden diese auf Regionalität und ökofaire Beschaffung überprüft. Regionale Produkte werden unter Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit bevorzugt. Außerdem wurde ein Leitfaden für nachhaltiges Drucken erstellt. Auf Basis dessen wurden die aktuell genutzten Druckereien überprüft. Dieser Leitfaden greift wichtige Punkte wie die Verwendung pflanzlich basierter Druckerfarben, die Regionalität des Unternehmens, das Vorhandensein von Umweltzertifikaten oder -systemen (z.B. Blauer Engel, FSC, DIN EN ISO 14001:2015) oder die Nutzung von Ökostrom auf. Eine separate Erfassung regional produzierter, biologischer und fair gehandelter Produkte gibt es aktuell nicht.

## 4.3 Quantität und Qualität von Beschäftigung

In Wernigerode gibt es mehrere Initiativen, um Fachkräfte aus Vietnam zu gewinnen, darunter das Projekt WiSo Partner Harz-Hoi An, das auf der Städtepartnerschaft mit Hoi An basiert und junge Vietnamesen auf eine Ausbildung in Harzer Betrieben vorbereitet. Dieses Projekt, das von der Akademie Überlingen in Wernigerode koordiniert wird, bereitet die Teilnehmenden auf eine Ausbildung in Bereichen wie Hotel- und Restaurantfachkraft, Pflegefachkraft oder Tourismuskauffrau vor. Im Rahmen der Initiative „Harzer Highlights“, engagiert sich die Wernigerode Tourismus GmbH gemeinsam mit weiteren touristischen Betrieben für gemeinsame Azubi-Projekte und Zusammenstellung von Berufsschulklassen vor Ort.

	Einheit	2024
Anzahl der im Gastgewerbe beschäftigten Personen	Anzahl	wird nachgereicht
Anzahl der Auszubildenden im Gastgewerbe	Anzahl	wird nachgereicht
Anzahl der Gastgewerbe	Anzahl	wird nachgereicht
Anzahl der Beschäftigten in anderen touristischen Bereichen	Anzahl	wird nachgereicht

## 5. Umwelt: Schutz von Natur & Landschaft

### 5.1 Auswirkungen auf Natur & Umwelt

Das Stadtgebiet Wernigerode mit seinen Ortsteilen Silstedt, Benzingerode, Minsleben, Reddeber und Schierke umfasst eine Fläche von rund 170 km<sup>2</sup>. Davon werden 113 km<sup>2</sup> für Waldflächen genutzt.



In den letzten Jahren haben die Wälder im Harz unter den Folgen des Klimawandels stark gelitten. Anhaltende Trockenheit haben vor allem unsere Fichtenwälder anfällig für Stürme und den Borkenkäfer gemacht. Die Folge sind große Kahlflächen dort, wo einmal dichte Wälder standen. Im Kerngebiet des Nationalparks (ca. 70 % der Gesamtfläche) gilt das Motto: Natur Natur sein lassen. Umgefallene oder abgestorbene Bäume werden nicht wie in Wirtschaftswäldern aus der Fläche geholt, sondern bleiben dort. Das Totholz ist die Grundlage für neues Wachstum und bietet gleichzeitig Pflanzen und Tieren einen Lebensraum. In den Randgebieten des Nationalparks wird Hilfe zur Selbsthilfe gegeben. Dafür werden seit einigen Jahren regelmäßig Baumpflanzaktionen für NaturliebhaberInnen vom Nationalpark Harz, der Stadt Wernigerode und weiteren Unternehmen organisiert. Die Wernigerode Tourismus GmbH hat als Unternehmen bereits zwei Baumpflanzaktionen mit Spenden von Gästen durchgeführt, die Dank einer Informationstafel auch die Möglichkeit haben den „Tourismuswald“ zu besuchen und ihren Bäumen beim Wachsen zuzuschauen.

Neben diesen Maßnahmen zum Schutz und der Förderung der Natur arbeitet die Wernigerode Tourismus GmbH mit dem Nationalpark Harz vor allem im Bereich der Kommunikation und des Marketings zusammen. Dabei geben wir Informationsmaterial über die Arbeit und Angebote des Nationalparks aus bewerben aktiv Veranstaltungen, z.B. des Natur-Erlebniszentrums Hohnehof oder Führungen mit dem Ranger.





	Einheit	2024
Anteil als Schutzgebiet ausgewiesenen Flächen an der Gesamtfläche	%	67

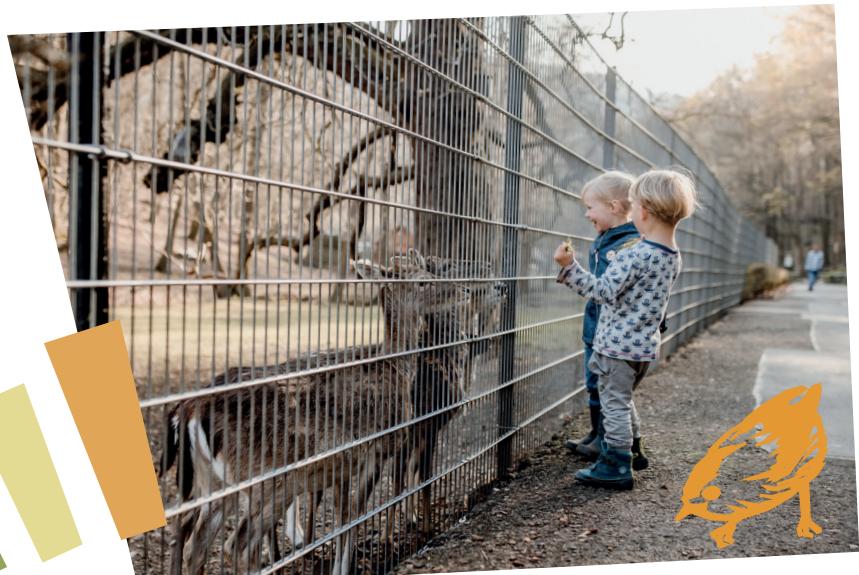
## 5.2 Kooperation mit Naturschutzakteuren

Die Wernigerode Tourismus GmbH arbeitet seit jeher mit dem Nationalpark Harz zusammen. Seit diesem Jahr ist diese Kooperation jedoch noch intensiver geworden. Die Tourist-Information Schierke wurde als Nationalpark Partner zertifiziert. Außerdem haben sich der Nationalpark Harz und die Wernigerode Tourismus GmbH dazu entschlossen, die Netzwerktreffen ihrer Partnerbetriebe rund um nachhaltigen Tourismus zu bündeln, Synergieeffekte zu nutzen und personelle und inhaltliche Überschneidungen zu vermeiden. Gemeinsam mit dem Nationalpark Harz und DIE WANDEREI wurde in diesem Jahr zum ersten Mal eine geführte Wanderung auf den Brocken anlässlich des World Clean Up Days organisiert, um zum Thema Müllaufkommen zu sensibilisieren und gemeinsam Müll zu sammeln. Auch mit dem Harzklub e.V., einem Heimat-, Wander- und Naturschutzbund steht die Wernigerode Tourismus GmbH regelmäßig im Austausch und unterstützt bei der Instandhaltung der Wanderwegeinfrastruktur.

## 5.3 Erhalt der biologischen Vielfalt

Wernigerode bietet eine große Vielfalt an stadtnahen Grünflächen, die zum Erhalt der biologischen Vielfalt beitragen.

Im Wildpark Christianental können heimische Tiere, wie Luchse, Hirsche oder Greifvögel beobachtet werden. Die angelegten Blühwiesen sorgen nicht nur für den Erhalt heimischer Pflanzenarten, sondern dienen nach dem Mähen gleichzeitig als Futter für die Tiere. Zum Schutz und der Förderung des heimischen Edelkrebses wurde der Obere Christianental Teich 2017 renaturiert.



Der Wernigeröder Stadtwald ist mit seinen 2000 Hektar ein Sport- und Erholungsgebiet, wird aber auch für die Forstwirtschaft genutzt. Seit 2001 ist der Stadtwald mit einem PEFC-Siegel zertifiziert, das für nachhaltige Forstwirtschaft steht. Zudem sind große Teile des Stadtwaldes gemäß des europäischen Natura 2000-Netzwerkes als Flora-Fauna-Habitat sowie Vogelschutzgebiet klassifiziert.

Der Bürger- und Miniaturenpark Wernigerode, hervorgegangen aus der Landesgartenschau 2006, ist ein beliebtes Ausflugsziel in Wernigerode, vor allem für Familien. Neben verschiedenen Veranstaltungen, Themengärten, einem Miniaturenpark, Spielplätzen und Tiergehegen gibt es außerdem Blühwiesen, die als Nahrungsquellen für Insekten und Vögel dienen und über 50 verschiedene Baumarten. Das Grüne Klassenzimmer, ein Projekt des Harzmuseums, ist ein außerschulischer Lernort für Schulen, Horte und Kindergärten im Bürgerpark, um praxisnah die Zusammenhänge der Natur und die Bedeutung des Schutzes von Tieren, Pflanzen und der Landschaft zu vermitteln. Außerdem finden regelmäßig Veranstaltungen mit Bezug zu regionalen Produkten statt, z.B. das Kartoffelfest oder der Regionaltag „Milch, Käse, Quark & Co.“.



In Wernigerode gibt es zahlreiche geschützte Biotope wie naturnahe Gewässer, Streuobstwiesen oder Felsen. Auch in der Innenstadt befinden sich einige dieser sogenannten Stadtbiotope, die im Rahmen des Stadt-Öko-Pfades erlaufen werden können. Am Rathaus beginnt der 4 km lange Weg, der ein paar der ökologischen Sehenswürdigkeiten Wernigerodes miteinander verbindet und vor allem ins Bewusstsein rufen soll, dass Artenvielfalt und Lebensräume für Pflanzen und Tiere auch im städtischen Bereich geschützt werden sollte. Die biologische Vielfalt von heimischen Fischen wie Bachforellen und Gruppen konnte durch die Renaturierung der Holtemme sowie des Zillierbachs gefördert werden. Mit dem Bau von Klärwerken nach der Wende sowie der Errichtung von Fischtreppen konnte die Wassergüte verbessert und die Wanderung der Fische zu ihren erleichtert werden.



## 5.4 Regional abgestimmte BesucherInnenlenkung

Besucherlenkung zielt auf eine möglichst ausgeglichene zeitliche und räumliche Verteilung von Menschen in einer Destination ab. Zu Maßnahmen der Besucherlenkung zählen unter anderem Leitsysteme, digitale und analoge Informationsmaterialien oder auch geschultes Personal, das Touristen individuelle Empfehlungen geben kann. Deshalb sind im Stadtkern Wernigerodes einheitliche Wegweiser zu finden, die zu Freizeiteinrichtungen, Sehenswürdigkeiten oder öffentlichen Verkehrsmitteln führen.



Ein weiterer wichtiger und vor allem äußert beliebter Aspekt zur Besucherlenkung im gesamten Harz ist die Harzer Wandernadel. In der Region sind 222 Stempelkästen an touristisch interessanten Orten wie Aussichtspunkten, Burgen, Höhlen oder Talsperren aufgestellt, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar sind. Die in den Kästen stationierten Stempel können in einem Wanderpass gesammelt werden. Dieses Angebot sorgt dafür, dass auch Orte, die normalerweise eher weniger frequentiert sind, einen Anreiz für Touristen darstellen und gleichzeitig stärker frequentierte Orte entlastet werden. In 2020 wurden 90.000 Wanderpässe und 40.000 Begleithefte verkauft.

Diese beiden Beispiele für Maßnahmen zur Besucherlenkung sind im gesamten Harz zu finden. Speziell für Wernigerode und Schierke haben wurden eigene Informationstafeln mit dem jeweiligen Stadtplan entwickelt. Diese Tafeln sind an 34 Standorten in Wernigerode und Schierke zu finden. Zusätzlich bieten beide Tourist-Informationen die Möglichkeit für Touristen Ortspläne in Papierform abzuholen. Für den Brocken, der für die meisten Touristen ganz oben auf der To-Do-Liste ihres Urlaubes steht, bietet die Harzer Schmalspurbahn einen speziellen Nachmittagstarif an, mit dem die Brockenbahn vergünstigt genutzt werden kann. Somit sollen sich Besucherzahlen auf den ganzen Tag verteilen statt nur vormittags. Auf dem Brocken selbst sorgen der Brocken-Rundweg und der Brockengarten dafür, dass nicht nur das Brockenplateau besucht werden kann, sondern auch rund herum die Flora und Fauna erlebbar gemacht werden.

Seit 2023 sind an fünf touristisch relevanten Standorten in Wernigerode digitale Infopoints zu finden, an denen Besucherinnen und Besucher Zugriff zur Website der Wernigerode Tourismus GmbH haben und zu aktuellen Veranstaltungen informiert werden. Der Harzer Tourismusverband e.V. arbeitet seit 2023 an einem Projekt zur digitalen Besuchererfassung und hat bereits erste technische Pilotmaßnahmen an touristischen Standorten getestet.



## 5.5 Naturnahe Flächen & Außenanlagen

Die Wernigerode Tourismus GmbH verfügt über zwei Tourist-Informationen, die jedoch kein Firmeneigentum, sondern Mietobjekte sind. Die Pflege und Instandhaltung des Außengeländes der Tourist-Information Schierke obliegt dem Bauhof der Stadt Wernigerode.

## 6. Umwelt: Ressourcenmanagement

### 6.1 Handlungsfelder des Klimawandels

Die Wernigerode Tourismus GmbH ist über das Klimaschutzkonzept des Landkreises Harz informiert und steht mit der Abteilung nachhaltige Stadtentwicklung und Demografie der Stadt Wernigerode in regelmäßigem Austausch über die Fairtrade Town Steuerungsgruppe oder den Nachhaltigkeitsrat.

### 6.2 Umweltschonende Mobilitätskonzepte

Wernigerode verfügt über gute Zugverbindungen nach Magdeburg, Halle oder auch Berlin, ist jedoch nicht an den Fernverkehr der Deutschen Bahn angebunden. Über 80 % der Gäste reisen weiterhin mit dem Auto an. Seit Dezember 2024 ist das Unternehmen Start Mitteldeutschland für viele Bahnlinien innerhalb von Sachsen-Anhalt zuständig. Im Verbesserungsprogramm für die kommenden Jahre wird eine Kooperation mit diesem ÖPNV Anbieter angestrebt.

### 6.3 Umweltschonende An- und Abreise

Die Wernigerode Tourismus GmbH informiert auf allen Kommunikationskanälen über Anreisemöglichkeiten mit dem ÖPNV. Um für das Thema CO<sub>2</sub>-Ausstoß weiterhin zu sensibilisieren, wurde 2024 von Studierenden der Hochschule Harz ein CO<sub>2</sub>-Rechner entwickelt, der auf Basis der Fahrstrecke und des Fahrzeugtyps den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck berechnet und Besucherinnen und Besuchern so ein Gefühl für ihre Emissionen gibt. Im zweiten Schritt können dann freiwillig Spenden für den Tourismuswald geleistet werden. Seit Mitte 2025 wurde außerdem eingeführt, dass Besucherinnen und Besucher, die nachweislich mit dem ÖPNV angereist sind, eine kleine Belohnung in der Tourist-Information erhalten. Im Rahmen von Veranstaltungen, wie der chocolART oder dem MDR Harz Open Air sind ÖPNV Nutzungen entweder im Ticket inbegriffen oder Anreize für die Anreise mit dem ÖPNV werden über Gewinnspiele geschaffen.

The image shows the CO<sub>2</sub>-Rechner website and a mobile application side-by-side. On the left, the website has a teal header 'CO<sub>2</sub>-Rechner' and 'Wernigerode Tourismus GmbH'. Below this is a text block about calculating CO<sub>2</sub> emissions for different transport modes. At the bottom are two teal buttons: 'Was ist CO<sub>2</sub>? →' and 'CO<sub>2</sub>-Rechner →'. On the right, a smartphone displays the mobile app's interface. The app's title is 'Der einfache CO<sub>2</sub>-Rechner'. It includes a brief description of the service, a cartoon character, and a 'Deine Reise' section with input fields for start and end locations, travel mode (car, bus, train), and passenger count. A 'Berechnen!' button is at the bottom right.

## **6.4 Umweltschonende Mobilität vor Ort**

Ein beliebtes und viel genutztes Angebot für Gäste ist das Harzer Urlaubs-Ticket, kurz HATIX, das 2010 eingeführt wurde. Zusammen mit der Harz AG, welche die Wirtschaftsförderung im Landkreis Harz koordiniert und Träger des HATIX ist, wurde das Ticket sukzessive ausgeweitet. Das Harzer Urlaubsticket bekommen alle Übernachtungsgäste in den teilnehmenden Ortschaften im Harz. In Wernigerode und seinen Ortsteilen wird das Harzer Urlaubs-Ticket von den VermieterInnen bei der Anreise in der Unterkunft ausgehändigt. Mit Bezahlen der Kurtaxe erhält jeder Gast einen Meldeschein, mit dem während des gesamten Aufenthaltes kostenfrei die öffentlichen Busse und Straßenbahnenlinien im Landkreis Harz genutzt werden können. Knapp 600.000 Gäste sind jährlich mit dem Harzer Urlaubsticket unterwegs. Dieses Angebot ist ein Anreiz für BesucherInnen während des Urlaubs das Auto stehen zu lassen und auf die bequeme und klimafreundliche Alternative durch Busse und Straßenbahnen umzusteigen. Bei Veranstaltungen mit einem hohen BesucherInnenaufkommen wie die Walpurgis in Schierke oder die chocolART werden Park & Ride Flächen eingerichtet, um den Innenstadtverkehr zu entlasten.

## **6.5 Klima- und Umweltschutz in Betrieben**

Mit den Partnerbetrieben der Wernigerode Tourismus GmbH wurde bei den ersten Netzwerktreffen ein Workshop zu Klima- und Umweltschutz in touristischen Betrieben durchgeführt. Über Neuerungen, Förderprogramme usw. werden die Betriebe informiert. Die Wernigerode Tourismus GmbH unterstützt außerdem ein Forschungsprojekt an der Hochschule Harz zum Thema Treibhausgasbilanzierung im Tourismus.

## **6.6 Energieeffizienz**

Seit der Rezertifizierung wurde ein Dienstfahrzeug gegen ein Elektrofahrzeug eingetauscht. Die MitarbeiterInnen werden motiviert wenn möglich bei Dienstreisen den Zug zu nutzen.

	Einheit	2019	2024
<b>Stromverbrauch pro Mitarbeitenden pro Jahr</b>	kWh	1.815	1.219
<b>Heizenergieverbrauch pro Mitarbeitenden pro Jahr</b>	kWh	4.614	5.395
<b>Dienstreisen pro Jahr (Auto &amp; Zug)</b>	km	-	23.450

## **6.7 Papier**

Im unternehmensinternen Alltag konnte der Verbrauch an Papier deutlich gesenkt werden. Weitere Einsparungen werden sich in den nächsten Jahren durch die Digitalisierung der Buchhaltungsabläufe ergeben.

	Einheit	2019	2024
<b>Gesamtgewicht Papier pro Mitarbeitendem pro Jahr</b>	kg	18,78	6,25
<b>Anteil an Recyclingpapier</b>	%	0	0
<b>Anteil an FSC/PEFC-Papier</b>	%	100	100

In den letzten Jahren wurde ein großer Fokus auf die Nachfrage nach Printprodukten gelegt und so die Auflage vieler Produkte sukzessive angepasst. Dadurch konnte vor allem bei veranstaltungsgebundenen Printprodukten viel Papier eingespart werden. Der Anteil an FSC/PEFC zertifiziertem Papier soll in den nächsten Jahren noch deutlich gesteigert werden. Des Weiteren werden viele Printprodukte in reduziertem Umfang und Ergänzung durch einen QR-Code zu weiterführenden Informationen angeboten.

	Einheit	2019	2024
Gesamtgewicht Kataloge	kg	37.148	18.948
Anteil an Recyclingpapier	%	0	0
Anteil an FSC/PEFC-Papier	%	5	50
Kataloggewicht pro Gästeankunft	kg	0,1	0,04

## 6.8 Umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeitenden

Der Index zum eigenen umweltfreundlichen Verhalten der Mitarbeitenden lag 2024 bei 66 %, ebenso wie 2019. In diesem Bereich besteht noch Verbesserungspotenzial, das durch regelmäßige Schulungen ausgenutzt werden soll.

## 7. Soziales: Kultur & Identität

### Schutz und Erhalt von Kulturgütern & Kulturelle Identität

Neben Natur und Erholung ist Kultur ein wichtiges Reisemotiv für einen Urlaub im Harz und in Wernigerode. Die historische Altstadt mit ihren farbenfrohen Fachwerkhäusern, das eindrucksvolle Schloss Wernigerode sowie zahlreiche Museen, Kirchen und Denkmale machen die Stadt zu einem beliebten Ziel für Touristen aus dem In- und Ausland. Diese Kulturgüter prägen nicht nur das Stadtbild, sondern sind ein zentraler Bestandteil der regionalen Identität und Geschichte. Die Wernigerode Tourismus GmbH engagiert sich in vielerlei Hinsicht für den Erhalt dieser Kulturgüter, z.B. als Mitglied der Deutschen Fachwerkstraße oder im Rahmen der eigenen Veranstaltungstätigkeit. Bei Traditionenveranstaltungen wie dem Schierker Kuhball werden ortsansässige Vereine einbezogen, Bräuche & Geschichten über den mystischen Harz werden jedes Jahr bei „Die Walpurgis“ in Schierke wiederbelebt. Auch der Wernigeröder Kunst- und Kulturverein engagiert sich seit 1990 für das Kultur- und Kunstleben der Stadt und organisiert Lesungen, Konzerte und Ausstellungen. Historisch wichtige Ereignisse und Jubiläen werden von der Stadt und der Wernigerode Tourismus GmbH umfangreich begleitet, wie z.B. das 200. Jubiläum von Heinrich Heines Harzreise im September 2024. Neben einer Sonderausstellung im Harzmuseum wurden eine Pressereise und zahlreiche Marketingaktivitäten rund um Literatur und Kultur im Harz durchgeführt.



**WALPURGIS SCHIERKE**

## **8. Soziales: Gemeinwohl & Lebensqualität**

### **8.1 Menschenrechte**

Die Wernigerode Tourismus GmbH geht von der Einhaltung der Menschenrechte in allen touristischen Betrieben vor Ort aus. Eine Überprüfung o.Ä. erfolgt jedoch nicht.

### **8.2 Risikomanagement**

Die Wernigerode Tourismus GmbH ist im Fall einer Krise (z.B. Waldbrand) in alle Kommunikationspläne und Krisenstäbe der Stadt Wernigerode eingebunden, um sowohl die eigenen Mitarbeitenden als auch Gäste ausreichend informieren zu können.

### **8.3 Beschäftigungsqualität und familienfreundliche Arbeitsbedingungen**

Die Wernigerode Tourismus GmbH ist über den ThemenTagTourismus für touristische Leistungsträger oder sonstige Netzwerkveranstaltungen mit den Betrieben in Austausch u.a. auch über deren Personalsituation und bietet bei Bedarf auch Unterstützung. In der Vergangenheit fand in Kooperation mit der Agentur für Arbeit ein Informationsvortrag für die Rekrutierung ausländischer Fachkräfte statt. Insgesamt geht Wernigerode Tourismus GmbH mit gutem Beispiel und familienfreundlichen Arbeitsbedingungen voran.

### **8.4 Tourismusakzeptanz der Lokalbevölkerung**

Im Jahr 2023 hat die Wernigerode Tourismus GmbH die Masterarbeit einer Studentin der Hochschule Harz zum Thema Tourismusakzeptanz begleitet, mit dem Ergebnis, dass Wernigeröderinnen und Wernigeröder den Tourismus für die Stadt Wernigerode überdurchschnittlich positiv bewerten, für sich persönlich jedoch deutlich schlechter. Im November 2024 wurde erstmalig in Wernigerode ein „Tag für Einheimische“ ins Leben gerufen, gemeinsam mit der Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt. An diesem Tag hatten ausschließlich Einwohnerinnen und Einwohner kostenfreien Eintritt in ausgewählte Freizeiteinrichtungen, konnten an Sonderführungen teilnehmen oder erhielten Rabatte in Gastronomiebetrieben. Ziel des Tages war es, den Einwohnerinnen und Einwohnern das breite Kultur- und Freizeitangebot nahezubringen, dass nicht nur Gästen zugutekommt, sondern von dem auch sie profitieren. Darüber hinaus ist eine Social Media Kampagne der Wernigerode Tourismus GmbH in Kooperation mit der Stadt Wernigerode geplant, bei der monatlich Themen rund um Lebensqualität und Tourismusakzeptanz vorgestellt werden.



## **8.5 Ehrenamtliches und bürgerschaftliches Engagement**

Die Wernigerode Tourismus GmbH arbeitet regelmäßig mit Vereinen in Form von Sponsoring, Partnerschaften oder Marketingaktivitäten zusammen, wie z.B. dem Gewässerschutz Wernigerode e.V. oder dem Verein für krebskranken Kinder Harz e.V.

## **8.6 Arbeitsbedingungen in der DMO**

Die Wernigerode Tourismus GmbHG hat den Anspruch ein attraktiver, fairer Arbeitgeber zu sein, der seinen Mitarbeitenden neben Sozialleistungen vor allem Möglichkeiten zur Weiterentwicklung und Selbstverwirklichung bietet. Als 100%ige Tochter der Stadt Wernigerode bezahlen werden die Beschäftigten nach TVöD Kommune bezahlt. Derzeit arbeiten 19 Vollzeitbeschäftigte, 6 Teilzeitkräfte und eine Auszubildende im Betrieb. Im Bewerbungsprozess werden Menschen mit körperlichen Einschränkungen nicht benachteiligt und die Besetzung von drei der insgesamt sechs Führungspositionen durch Frauen zeigt deutlich, dass es keine Bevorzugung männlicher Mitarbeiter in Führungspositionen gibt. Seit der Rezertifizierung wurden außerdem Betriebsvereinbarungen zum Thema Homeoffice geschlossen, die eine Vereinbarkeit von Familie und Beruf für viele Mitarbeitende erleichtert. Im Rahmen des betrieblichen Gesundheitsmanagements werden u.a. Yoga-Kurse oder eine Laufschule in der Arbeitszeit angeboten.

	Einheit	2019	2024
Anzahl Festangestellte (Vollzeitäquivalente)	Anzahl	18	19
Anzahl freiberufliche/saisone Beschäftigte (Vollzeitäquivalente)	Anzahl	0	0

## **8.7 Zufriedenheit der Mitarbeitenden**

Die im Rahmen der Rezertifizierung durchgeführte Mitarbeitendenbefragung ergab eine gesteigerte Mitarbeitendenzufriedenheit um 7 % im Vergleich zu 2019. Gelobt wurden gemeinsame Teamevents und gegenseitige Wertschätzung. Verbesserungswünsche gibt es im Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten.

	Einheit	2019	2024
Zufriedenheits-Index Mitarbeitenden	%	73	80
Rücklaufquote der Mitarbeitendenbefragung	%	87	80

## **8.8 Toleranz & Inklusion**

Die Wernigerode Tourismus GmbHG garantiert Chancengleichheit in Bezug auf Bildung, Ausbildung und Beschäftigung, ein sicheres Arbeitsumfeld und einen existenzsichernden Lohn (TvöD) für alle und Chancengleichheit unabhängig von Geschlecht, Herkunft, ethnischer Zugehörigkeit, Alter, Glauben, sexueller Orientierung und Behinderung zu bieten.

## **8.9 Schulung zur Nachhaltigkeit**

Im Rahmen der wöchentlichen Dienstberatungen aller Abteilungsleitenden wird u.a. auch über Nachhaltigkeitsthemen informiert. Die Nachhaltigkeitsmanagerinnen des Unternehmens nehmen regelmäßig an Weiterbildungsangeboten teil und vertreten die Wernigerode Tourismus GmbH bei der Exzellenzinitiative nachhaltige Reiseziele.