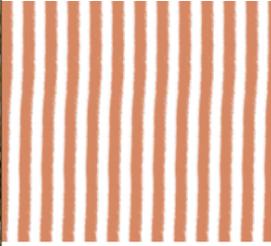


Nachhaltigkeitskonzept für den Tourismus in Luxemburg



Inhaltsverzeichnis

	VORWORT	S. 05			
1	EINFÜHRUNG	S. 06		3	LEITLINIE UND NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNIS FÜR DIE DESTINATION LUXEMBURG
1.1	Zielstellung	S. 07			
1.2	Vorgehensweise	S. 08		4	UMSETZUNG EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG DES TOURISMUS IN LUXEMBURG
1.3	Einordnung in nationale Aktivitäten	S. 09		4.1	Nachhaltigkeitsmanagement
2	NACHHALTIGKEIT IM LUXEMBURG-TOURISMUS - STÄRKEN UND SCHWÄCHEN AUF DEN PUNKT GEBRACHT	S. 10		4.2	Nachhaltiges touristisches Angebot für Alle
2.1	Dimension Management	S. 12		4.3	Nachhaltigkeitskommunikation
2.2	Dimension Ökonomie	S. 13			
2.3	Dimension Ökologie	S. 14		5	AUSBLICK
2.4	Dimension Soziokultur	S. 15			S. 34



Vorwort

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen und die daraus entstandene nationale Strategie, der „Plan national pour un développement durable 2030“, gelten als Leitplanken für eine nachhaltige Entwicklung in Luxemburg. Der Tourismus ist ein facettenreiches Feld, das zahlreiche Querschnittsthemen berührt. Es verknüpft die Wirtschaft, Natur und Kultur eines Landes auf vielfältige Weise. Daher ist es von großer Bedeutung, dass der Tourismussektor aktiv zur nachhaltigen Entwicklung beiträgt und so gleichzeitig die Schönheit und Einzigartigkeit Luxemburgs als Reiseziel und Heimat bewahrt.

Die einzigartige Natur und das reiche Kulturerbe prägen die touristische Attraktivität Luxemburgs, was sich auch in der touristischen Kommunikation und Vermarktung bereits stark widerspiegelt. Gäste aus Nah und Fern schätzen die vielfältigen und oft überraschenden Natur- und Kulturerlebnisse während ihres Aufenthaltes und werden in ihren Erwartungen übertroffen¹.

¹Gästemfrage 2022 LFT/ILRES



Die aktuellen dynamischen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklungen erhöhen die Anforderungen an zukunftsfähige Tourismusmodelle. Luxemburg als Reiseziel reagiert auf diese Dynamik und hat im Jahr 2022 eine neue nationale Tourismusstrategie mit der Vision „Mënschen, Regiounen an Ekonomie, de wäertorientéierten Tourismus als aktiven Dreiwier fir méi Liewens- an Openthalttsqualitéit“ erarbeitet.

Die Tourismusstrategie identifiziert Nachhaltigkeit als Leitlinie, die konsequent mitgedacht und integriert umgesetzt werden soll und hält dies im Handlungsfeld „Nachhaltige Standortqualität für Alle“ fest, in dem die vier Dimensionen Ökologie, Soziales, Kultur und Ökonomie als Maßstab für eine nachhaltige Ausrichtung formuliert werden.

Das vorliegende Nachhaltigkeitskonzept für den Tourismus in Luxemburg konkretisiert diese wertvolle Grundlage, schafft einen strategischen Rahmen für die Umsetzung und ebnet den Weg für kontinuierliche Nachhaltigkeitsarbeit in den kommenden Jahren.

Lex Delles
Minister für Wirtschaft,
KMU, Energie und Tourismus

1

Einführung

1.1 Zielstellung

Das vorliegende touristische Nachhaltigkeitskonzept bietet **einen Handlungsrahmen für nachhaltigen Tourismus in Luxemburg**. Es richtet sich an Entscheidungsträger*innen und touristische Akteur*innen des Landes und unterstützt die gezielte Umsetzung des Handlungsfeldes „Nachhaltige Standortqualität für alle“ aus der nationalen Tourismusstrategie.

Durch **ein tourismusspezifisches Verständnis von Nachhaltigkeit** werden die vier Dimensionen Ökologie, Soziales, Kultur und Ökonomie inhaltlich konkretisiert, wodurch die Basis für ein **integriertes und kontinuierliches Nachhaltigkeitshandeln** geschaffen wird. Gleichzeitig entsteht durch die Formulierung von drei zentralen Umsetzungsbereichen – Nachhaltigkeitsmanagement, Nachhaltiges Touristisches Angebot für Alle und Nachhaltigkeitskommunikation – ein Konzept, das die kontinuierliche Umsetzung von Ideen fördert und letztlich den **Erlebnissfaktor für die Gäste** weiter steigern soll.

1.2 Vorgehensweise

Das vorliegende Konzept wurde in einem partizipativen Prozess mit den touristischen Akteur*innen im Zeitraum von Dezember 2023 bis Oktober 2024 erarbeitet. Im Rahmen eines moderierten Beteiligungsprozesses mit Fachgesprächen sowie Workshops vor Ort konnten wertvolle Hinweise, Erkenntnisse und Ideen in das Nachhaltigkeitskonzept einfließen. Ebenso fand eine regelmäßige Abstimmung über wesentliche Ergebnisse und die weitere Projektarbeit mit der Generaldirektion für Tourismus des Wirtschaftsministeriums statt. Die Arbeiten am Konzept gliederten sich in zwei Bausteine:

Die **Analyse des Status Quo** umfasste eine Bestandsaufnahme der aktuellen Situation der nachhaltigen Tourismusentwicklung. Dazu wurden vorliegende Studien, Marktforschungsergebnisse und aktuelle strategische Dokumente des luxemburgischen Tourismus ausgewertet. Ergänzt wurde diese „Schreibtischanalyse“ um Fachgespräche mit 24 wichtigen Partner*innen und Akteur*innen. Diese Befragungen ermittelten die Wahrnehmung der Nachhaltigkeit im luxemburgischen Tourismus sowie Wünsche, Prioritäten und Handlungsbedarfe. Eine Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT) fasste erste Erkenntnisse zusammen und identifizierte Handlungsbedarfe, die im Rahmen eines Workshops zur Diskussion gestellt wurden und in den nachfolgenden zweiten Baustein, die Konzepterstellung einfließen.

Im zweiten Baustein wurde das **Handlungskonzept** für nachhaltigen Tourismus entwickelt. Um eine branchenweite Identifikation mit Nachhaltigkeit herzustellen, wurde ein gemeinschaftliches Nachhaltigkeitsverständnis formuliert, das sowohl auf den klassischen Nachhaltigkeitsprinzipien als auch auf den spezifischen Eigenschaften und Erwartungen der Destination basiert. Nationale Tourismus- und Nachhaltigkeitsstrategien wurden berücksichtigt, um eine kohärente und ergänzende Arbeit zu gewährleisten. Wichtige Expertise und Ideen wurden während des Präsenz-Workshops mit rund 60 Partner*innen und Akteur*innen aus dem Tourismussektor und darüber hinaus erfasst. Aufbauend auf den Workshop-Ergebnissen und vorherigen Analysen wurden Schlüsselbereiche für die nachhaltige Tourismusentwicklung in Luxemburg erarbeitet und in drei Umsetzungsbereiche gegliedert.

1.3 Einordnung in nationale Aktivitäten

Nachhaltigkeit nimmt bereits eine wichtige Schlüsselrolle in der nationalen Politik des Großherzogtums ein. Es existieren auf Landesebene verschiedene strategische Grundlagendokumente, die wesentliche Leitlinien und Zielstellungen hinsichtlich einer nachhaltigen Entwicklung formulieren und für die Erstellung des Nachhaltigkeitskonzeptes einbezogen wurden:

Der 2019 erarbeitete dritte **Plan National pour un Développement Durable** (PNDD) ist das verbindende Element zwischen der nationalen Nachhaltigkeitspolitik des Großherzogtums und den globalen Zielen der Agenda 2030 der Vereinten Nationen. Der PNDD enthält für jedes seiner zehn Handlungsfelder eine langfristige Vision sowie Herausforderungen und geplante Maßnahmen für die Umsetzung.

In Anlehnung an die EU-Biodiversitätsstrategie legt der im Jahr 2023 veröffentlichte **Plan National concernant la Protection de la Nature** (PNPN3) die nationale Strategie und das geplante Vorgehen Luxemburgs zum Schutz der Biodiversität und zur Wiederherstellung der Ökosysteme bis zum Jahr 2030 fest.

Im Zuge der Überführung des europäischen Green Deals auf die nationale Ebene hat Luxemburg im Mai 2020 den **Plan national intégré en matière d'énergie et de climat du Luxembourg** (PNEC) für den Zeitraum 2021 bis 2030 erstellt und im Juli 2024 eine überarbeitete Version vorgelegt. Er enthält konkrete nationale Klimaziele bis 2030 und bildet die Grundlage für die Klima- und Energiepolitik des Landes. Um den rechtlichen Rahmen für die Umsetzung des Energie- und Klimaplanes zu schaffen, hat das Großherzogtum im Dezember 2020 das erste luxemburgische Klimagesetz verabschiedet. Dieses sieht vor, die nationalen Treibhausgasemissionen bis 2030 um 55 Prozent zu reduzieren und bis 2050 klimaneutral zu werden.

In diesem Kontext ist außerdem der **Plan national de mobilité 2035** (PNM 2035) zu nennen, welcher die in der **Stratégie pour une mobilité durable** (Modu 2.0) aus dem Jahr 2018 empfohlenen Ansätze zur zukünftigen nationalen Mobilitätsplanung konkret vertieft. So wird beispielsweise die Nutzerzahl des öffentlichen Verkehrs um mindestens 89% steigen müssen, um die Mobilitätsziele bis 2035 erreichen zu können.

In Luxemburg Stadt und auf regionaler Ebene gibt es bereits strategische Überlegungen zur nachhaltigen Tourismusentwicklung. Beispiele sind das **Sustainability Lab** beim Luxembourg City Tourist Office und überregionale LEADER-Projekte, an denen mehrere LEADER-Aktionsgruppen und regionale Tourismusverbände beteiligt sind. Die **Masterpläne der regionalen Tourismusverbände** haben nachhaltige Entwicklung als Kernthema verankert. Branchenverbände und weitere Akteure haben viele Initiativen und Projekte umgesetzt, die zum nachhaltigen Tourismus beitragen und durch dieses Konzept an Sichtbarkeit und Bedeutung gewinnen sollen.

Mit diesen Strategien und Projekten auf der nationalen Ebene ist ein wichtiger **Grundstein für die nachhaltige und qualitativ hochwertige touristische Weiterentwicklung des Landes** gelegt, die als Ausgangsbasis für die Erstellung dieses Konzepts gelten.

2

Nachhaltigkeit im Luxemburg-Tourismus

Stärken und Schwächen
auf den Punkt gebracht

Im Rahmen der Erarbeitung des Status Quo der Nachhaltigkeit im luxemburgischen Tourismus wurde eine Stärken-Schwächen-Analyse durchgeführt. Als Orientierungsrahmen für die Erstellung dieser Analyse diente der Leitfaden „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“², der speziell für die nachhaltige Ausrichtung von Tourismusdestinationen entwickelt wurde und über die Grenzen Deutschlands hinaus als Standardwerk für Tourismusdestinationen auf dem Weg zur Nachhaltigkeit genutzt wird. Die Weltorganisation für Tourismus der Vereinten Nationen (UN Tourism) hat den Leitfaden als Best Practice hervorgehoben.

Der Leitfaden umfasst die Nachhaltigkeitsdimensionen Management, Ökonomie, Ökologie und Soziokultur. Die Stärken und Schwächen der jeweiligen Nachhaltigkeitsdimensionen im luxemburgischen Tourismus werden in der folgenden Übersicht kurz und prägnant zusammengefasst.

²www.deuschertourismusverband.de/fileadmin/user_upload/Themen/Nachhaltigkeit/Praxisleitfaden_Nachhaltigkeit.pdf

2.1 Dimension Management

Um optimale Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Ausrichtung und Entwicklung des Tourismus zu schaffen, bedarf es einerseits Instrumente, die es ermöglichen, einen strategischen Nachhaltigkeitsprozess zu etablieren. Andererseits müssen die vorhandenen Einzelbausteine zu einem kohärenten und qualitativ hochwertigen nachhaltigen Angebotspektrum führen.

Zentrale Erkenntnisse

Stärken/Chancen

Mit der Festlegung von Nachhaltigkeit als Leitlinie und einem gewidmeten Handlungsfeld in der nationalen Tourismusstrategie wird der Stellenwert von Nachhaltigkeit bereits stark gesetzt. Die schon benannten nationalen Konzepte und institutionellen Strukturen zur nachhaltigen Entwicklung des Landes schaffen wichtige Voraussetzungen, das Thema noch stärker in die touristische Entwicklung einzubringen. Die bestehenden Tourismusstrukturen auf Landes- und Regionalebene, die bereits eng zusammenarbeiten, bieten weitere gute Rahmenbedingungen für eine ganzheitlich nachhaltige Ausrichtung des Tourismus. Das reiche natur- und kulturräumliche Potenzial des Landes garantiert ideale Voraussetzungen, um Tourismusangebote noch stärker in den Kontext der Nachhaltigkeit zu stellen. Es existiert bereits eine Grundlage an umweltbewussten, soziokulturellen und barrierefreien Tourismusangeboten sowie eine Vielfalt an qualitativen regionalen Initiativen mit Fokus auf Nachhaltigkeit, die den aktuellen Nachfragetrends und den anvisierten Zielgruppen entsprechen.

Schwächen/Risiken

Im Bereich Nachhaltigkeit mangelt es derzeit an einer klaren Darstellung der Zuständigkeitsbereiche der verschiedenen Tourismusinstitutionen. Eine engere Vernetzung und eine abgestimmte Aufgabenteilung der relevanten Akteur*innen sind notwendig, insbesondere angesichts der begrenzten Einflussmöglichkeiten nationaler Tourismusinstitutionen.

Die Mittel und Bereitschaft von touristischen Akteur*innen zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsaktivitäten oder Zertifizierungen in der Destination sind ausbaufähig. Ein regelmäßiger Dialog mit wichtigen Interessensgruppen sowie ein umfangreicher Wissensaustausch und eine gezielte Förderpolitik könnten dem entgegenwirken.

Obwohl viele touristische Aktivitäten bereits nachhaltige Merkmale aufweisen, werden diese bislang nicht direkt mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht oder gebündelt dargestellt. Insbesondere die Kommunikation nachhaltiger Angebote und Leistungen nach außen ist noch nicht ausreichend ausgeprägt.

2.2 Dimension Ökonomie

Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung sollte die Steigerung der regionalen Wertschöpfung und die Sicherung des wirtschaftlichen Wohlergehens der einheimischen Bevölkerung durch den Tourismus im Vordergrund stehen. Es sollte gewährleistet sein, dass der ökonomische Nutzen dort bleibt, wo die Kosten entstehen. Dazu gehören Aspekte wie die Unterstützung regionaler Kreisläufe, die Bewerbung lokaler und regionaler Produkte und die nachhaltige Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen.

Zentrale Erkenntnisse

Stärken/Chancen

Auf nationaler Ebene wird bereits auf eine langfristige und qualitätsorientierte Wachstumsstrategie im Tourismus gesetzt. Das Bewusstsein für den Tourismus als wichtigen Standort- und Wirtschaftsfaktor ist vorhanden und wird über die nationale Tourismusstrategie weiter gefördert. Verschiedene Programme unterstützen außerdem die Schaffung und Verbreitung regionaler und nachhaltiger Produkte in der touristischen Wertschöpfungskette, zum Beispiel über LEADER-Projekte oder andere Initiativen der Regionen, der Stadt Luxemburg, der Branchenverbände und einzelner Akteur*innen zum Erleben von Regionalität und zur Verbreitung lokaler Produzenten*innen.

Schwächen/Risiken

Trotz des Engagements für die Verbreitung regionaler Produkte erfolgt noch keine konsequente touristische Vermarktung von regionalen Produkten über alle Regionen hinweg. Eine Möglichkeit zur Verbesserung besteht darin, vermehrt auf regionale Produkte in Dienstleistungen, Angeboten und Informationszentren zu setzen.

Tourismusakteur*innen können nicht immer kontinuierlich Anpassungen und Investitionen in die touristische Infrastruktur vornehmen, um modernen Standards und Anforderungen an Qualität, Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit gerecht zu werden. Dies führt zu einem Investitionsstau bei notwendigen Modernisierungen.

Darüber hinaus steht der Tourismus in Luxemburg auch vor punktuellen Herausforderungen hinsichtlich der Nachfolge touristischer Infrastrukturen. Hier von sind insbesondere die touristischen Betriebsstrukturen in den ländlichen Regionen betroffen.

2.3 Dimension Ökologie

Die Natur und Landschaft sind zentrale Elemente des touristischen Angebots, die es langfristig zu bewahren und zu schützen gilt. Eine nachhaltige und durchdachte Tourismusplanung fördert umweltfreundliche Mobilitätskonzepte und stärkt das betriebliche Umweltmanagement, um die Klima- und Umweltbelastungen sowie den Ressourcenverbrauch durch touristische Aktivitäten zu minimieren.

Zentrale Erkenntnisse

Stärken/Chancen

Die natürliche Vielfalt des Landes bildet neben den touristischen Highlights in der Stadt Luxemburg den Kern des touristischen Angebots. Der nationale Naturschutzplan (PNPN3) bietet auch für den Tourismus eine Orientierung für eine naturverträgliche Angebotsgestaltung. Zahlreiche Natur- und Aktivangebote prägen bereits das touristische Bild des Landes. Eine Zusammenarbeit zwischen Tourismus und Natur- und Umweltschutz, wie z.B. den Naturparke oder der Natur- und Forstverwaltung besteht im Rahmen von Entwicklungskonzepten, Aktionsplänen oder LEADER-Projekten. Gute Voraussetzungen bietet auch der landesweit kostenlose öffentliche Personennahverkehr, der aufgrund der kurzen Wege innerhalb des Landes touristisch gut genutzt werden kann.

Schwächen/Risiken

Im Bereich Nachhaltigkeit mangelt es derzeit an einer klaren Darstellung der öffentlichen Personennahverkehr ist mit einigen Sehenswürdigkeiten und touristischen Angeboten nicht optimal verknüpft und könnte in Bezug auf touristische Ausschilderung, Taktung und optimale Fahrtzeiten für Tourist*innen verbessert werden. Zudem wird die kostenlose Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs noch nicht ausreichend kommuniziert und umweltfreundliche Mobilitätsangebote sind ausbaufähig.

Es fehlt bislang an einer klaren Strategie oder einem Bekenntnis zu systematischem Klimaschutz im Tourismus sowie an der Sensibilisierung von Tourismusbetrieben für umwelt- und klimafreundliches Handeln im Alltag. Bestehende Initiativen wie der Klimapakt für Betriebe, das Fit4Sustainability-Programm, die SME-Packages Sustainability und das EcoLabel Luxemburg sollten verstärkt von touristischen Akteur*innen in Anspruch genommen werden. Da sich diese Programme meist an Betriebe richten, sollten auch gemeinnützige touristische Vereine und Stiftungen Zugang zu Beratung und einer gebündelten Darstellung finanzieller Unterstützung erhalten.

2.4 Dimension Soziokultur

Der wirtschaftliche Nutzen des Tourismus sollte stets mit den soziokulturellen Vorteilen für die Bevölkerung im Einklang stehen. Neben der Natur prägen kulturelles Erbe, regionale Traditionen und ein hochwertiges Kulturangebot den Tourismus in Luxemburg. Eine verantwortungsvolle Tourismusplanung berücksichtigt die Lebensqualität der Bewohner*innen, die den Tourismus als positiv sehen und erkennen sollen, dass er ihre Lebensqualität verbessert sowie attraktive Arbeitsplätze schafft.

Zentrale Erkenntnisse

Stärken/Chancen

Die Steigerung der Aufenthaltsqualität der Gäste bei gleichzeitiger Verbesserung der Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung ist bereits eine zentrale Vision der nationalen Tourismusstrategie aus dem Jahr 2022. Eine standardisierte Befragung zur Akzeptanz des Tourismus in der Bevölkerung existiert auf nationaler Ebene.

Insgesamt verfügt das Land über ein reiches kulturelles Erbe und eine prägende Identität, die bereits einen wichtigen Schwerpunkt in der touristischen Vermarktung und Angebotsgestaltung einnehmen. Das im Jahr 2022 verabschiedete Gesetz über das kulturelle Erbe wird die kulturellen Merkmale des Landes weiter stärken, was auch für touristische Belange relevant ist. Mit dem „Plan quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique“ stehen Fördermöglichkeiten für Investitionen in die touristische Infrastruktur zur Verfügung, die auch für die touristische Inwertsetzung von Kulturstätten genutzt werden können.

Schwächen/Risiken

Wie bereits in der nationalen Tourismusstrategie betont, bedarf es für eine stärkere Berücksichtigung der Bevölkerung in touristischen Belangen geeigneter Beteiligungsformate, die derzeit noch nicht durchgängig vorhanden sind. Insbesondere die jüngere Generation wird bisher nur selten erreicht und in die nachhaltige Tourismusedwicklung einbezogen.

Ein herausfordernder Aspekt ist die Attraktivität der Branche als Arbeitgeberin, was sich in Personalmangel und hohen Fluktuationen in bestimmten Dienstleistungsbereichen äußert. Erste Initiativen zur Förderung der Beschäftigungsqualität sowie zur Gewinnung und Sicherung von Arbeitskräften werden bereits umgesetzt, es besteht jedoch Optimierungsbedarf und die Notwendigkeit, kreative Ideen und Projekte zu entwickeln.

Mullerthal

3

Leitlinie und Nachhaltigkeitsverständnis für die Destination Luxemburg

Das vorliegende Konzept unterstreicht die Bedeutung und Entwicklung der Nachhaltigkeit im Tourismus des Landes. Doch was genau bedeutet nachhaltiger Tourismus für die Destination Luxemburg? Das hier entwickelte Verständnis von Nachhaltigkeit basiert auf den zentralen Erkenntnissen des Analyseprozesses sowie den wertvollen Perspektiven, die in Fachgesprächen und Workshops eingebracht wurden. Als zentrale Orientierung für alle weiteren Überlegungen dient folgende Leitlinie:

Der Tourismus setzt kraftvolle Impulse für eine nachhaltige Entwicklung Luxemburgs und positioniert die Destination auf natürliche und authentische Weise als nachhaltiges Reiseziel im Herzen Europas.

Die Branche stellt sich in den folgenden vier Nachhaltigkeitsdimensionen zukunftsfähig auf.

Die ökologischen Grundlagen schützen.

Die natürlichen Ressourcen sind das Kapital des Tourismus in Luxemburg. Die Schönheit, Vielfalt und Unversehrtheit der Natur müssen bewahrt und die Belastung von Klima und Umwelt minimiert werden. Gleichzeitig werden die Möglichkeiten des aktiven Naturerlebens gestärkt.

Den sozialen Zusammenhalt sichern.

Die Vielfalt der Menschen prägt den Tourismus in Luxemburg. Nachhaltiger ist offen, barrierefrei und gastfreundlich. Mit dieser Ausrichtung wird ein inklusiver Qualitätstourismus gesichert, der einen Mehrwert für Gäste, die Bevölkerung, Grenzgänger*innen und Beschäftigte gleichermaßen bietet.

Die kulturelle Authentizität stärken.

Die von spannenden Kontrasten geprägten kulturellen Potenziale des Landes sind wichtige touristische Stärken, die entsprechend in Wert gesetzt und für den Gast erlebbar gemacht werden. Das kulturelle Erbe, verbunden mit Traditionen, Festen und modernen Kulturangeboten, ermöglicht es den Gästen, in verschiedene kulturelle Lebenswelten einzutauchen.

Den ökonomischen Erfolg sichern.

Nachhaltigkeit ist ein unverzichtbarer Bestandteil des wirtschaftlichen Handelns und ist ökonomisch sinnvoll. Die ganzheitliche Nachhaltigkeitsausrichtung bringt hochwertige, glaubwürdige und attraktive Tourismusangebote hervor, die die wirtschaftliche Stabilität der Tourismusunternehmen sichern und langfristige Perspektiven schaffen.

Dillingen

4

Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Luxemburg

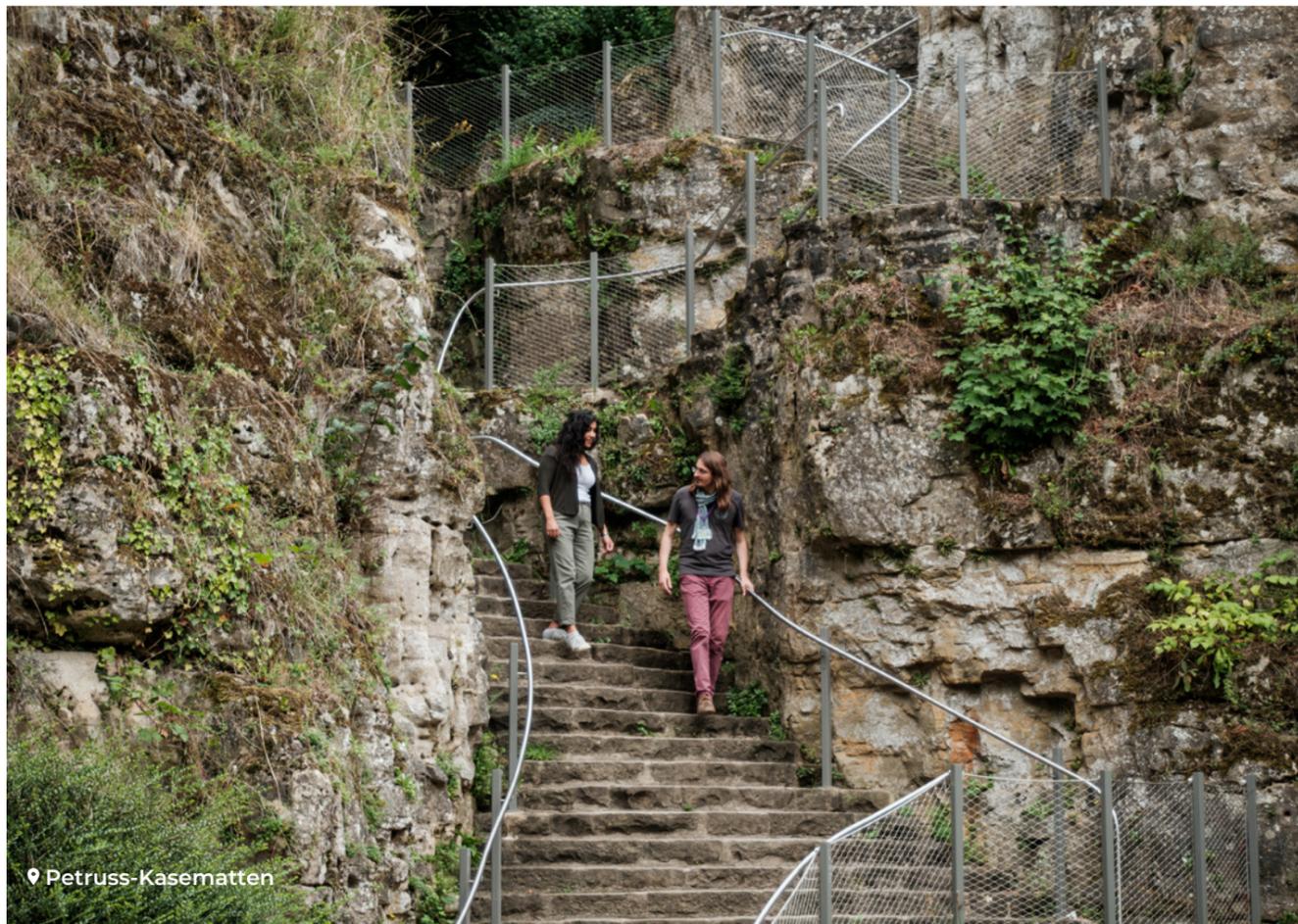
Als Ergebnis des umfangreichen Analyse- und Beteiligungsprozesses wurden eine Reihe von Schlüsselbereichen für die nachhaltige Entwicklung des luxemburgischen Tourismus identifiziert, die in drei übergreifende Umsetzungsbereiche gegliedert wurden.

Ein effektives **Nachhaltigkeitsmanagement** setzt einen strategischen Rahmen und misst den Prozess der Umsetzung einer nachhaltigen Tourismusedwicklung durch die gezielte Erhebung von Kennzahlen. Ziel ist es, ein **Nachhaltiges Tourismusangebot für Alle** entlang der gesamten „Customer Journey“ im Einklang mit Luxemburgs Natur- und Kulturerbe zu stärken und weiterzuentwickeln. Abschließend gilt es eine einheitliche **Nachhaltigkeitskommunikation** zu implementieren, die insbesondere Tourist*innen anspricht, die den Erlebniswert in Luxemburg schätzen.

Dieses Konzept bietet eine langfristige Entwicklungsperspektive und wird kontinuierlich durch konkrete Maßnahmen mit kurz- und mittelfristigem Zeithorizont ergänzt. Auf diese Weise kann flexibel auf sich ändernde Rahmenbedingungen, wie neue europäische oder nationale Gesetzgebungen, reagiert werden. Stetig werden neue Maßnahmen im Sinne des luxemburgischen Nachhaltigkeitsverständnisses entwickelt und in die Planung integriert, um die Nachhaltigkeit im luxemburgischen Tourismus zu fördern.

4.1 Nachhaltigkeitsmanagement

Für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement im Tourismus ist eine strategische Herangehensweise unerlässlich. Die verschiedenen Tourismusinstitutionen, darunter die Generaldirektion für Tourismus und Luxembourg For Tourism auf nationaler Ebene sowie das Luxembourg City Tourist Office für die Stadt Luxemburg und die regionalen Tourismusverbände auf regionaler Ebene, nehmen als koordinierende Instanzen und Impulsgeber eine besondere Rolle ein. Es gilt die Nachhaltigkeit konsequent mitzudenken und integrativ umzusetzen, branchenübergreifenden Austausch zu fördern und nachhaltige Tourismusinstitutionen zu etablieren. Eine gezielte Erhebung von Nachhaltigkeitskennzahlen kann dabei als Entscheidungsgrundlage und zur Erfolgsmessung von Maßnahmen dienen.



📍 Petrus-Kasematten

Schlüsselbereiche

Strategischer Handlungsrahmen für eine nachhaltige Tourismusedwicklung

Um Luxemburg als nachhaltiges Reiseziel zu etablieren und zu positionieren, ist es von entscheidender Bedeutung, **Nachhaltigkeit systematisch in strategischen Überlegungen zur zukünftigen Tourismusedwicklung zu integrieren**. Das vorliegende Nachhaltigkeitskonzept konkretisiert diesen Prozess. Die Erstellung des touristischen Nachhaltigkeitskonzepts ist dabei aber nicht als einmaliges Projekt zu sehen, das mit Erreichen eines bestimmten Zustands endet, sondern muss vielmehr als kontinuierlicher Verbesserungsprozess verstanden werden, der entsprechend dem Prinzip „Plan, Do, Check, Act“³ regelmäßig einer Evaluierung unterzogen wird.

Für eine nachhaltige Entwicklung des luxemburgischen Tourismus ist es entscheidend, **klare Zuständigkeiten innerhalb der Tourismusedinstitutionen festzulegen**. Dies kann durch die Benennung von Ansprechpartner*innen erfolgen, die das Thema Nachhaltigkeit dauerhaft oder projektbezogen verantworten. Diese Maßnahme schafft die Grundlage für gezieltes Engagement im Bereich Nachhaltigkeit und ermöglicht einen regelmäßigen Austausch zwischen den Verantwortlichen in den Tourismusedinstitutionen. Die systematische Einbindung dieser Personen sowie der Branchenverbände in strategische Entscheidungsprozesse ist wesentlich, um nachhaltige Belange kontinuierlich zu berücksichtigen. So können wichtige Impulse in die Entwicklung einer nachhaltigeren Marketingstrategie einfließen, und die Zusammenarbeit über Regionen hinweg gestärkt werden.

Ein strategischer Handlungsrahmen schließt auch das Thema der Budgetierung mit ein. Für Unternehmen gibt es in Luxemburg bereits verschiedene finanzielle Anreizinstrumente zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Auch wenn diese Förderprogramme nicht tourismusspezifisch sind, können sie von den touristischen Akteur*innen in Anspruch genommen werden. Die Steigerung der Bekanntheit

sowie die Bündelung bestehender Fördermöglichkeiten für Nachhaltigkeit stehen hier im Fokus⁴. Zum anderen gilt es den **Anspruch an die Nachhaltigkeit der Tourismusedwicklung auf nationaler Ebene auch in der eigenen Förderpolitik**, die sich an Gemeinden, Naturparke, Vereine ohne Gewinnzwecke, Stiftungen und wirtschaftliche Interessensgemeinschaften richtet, widerzuspiegeln. Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien wird bei der Vergabe von Beihilfen und Zuschüssen sowie bei den Vorbereitungen des „12e Plan quinquennal d'équipement de l'infrastructure touristique“ geprüft, um so die Entwicklung des Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit zu lenken.

Im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung ist es von zentraler Bedeutung, sich strategisch mit den Themen **Resilienz und Klimaschutz im Tourismus** auseinanderzusetzen. Einerseits ist der Tourismusedsektor vom Klimawandel betroffen, der zu steigenden Temperaturen und häufigeren Extremwetterereignissen führt. Andererseits tragen die Treibhausgasemissionen des Tourismusedsektors, insbesondere im Bereich der Gästemobilität, direkt zur globalen Erwärmung bei. Vor diesem Hintergrund wird geprüft, ob die Unterzeichnung der Glasgow Declaration for Climate Action in Tourism⁵ für Luxemburg möglich und sinnvoll wäre. Diese Initiative legt einen Rahmen fest und erfordert Maßnahmen wie die Erfassung der touristischen Treibhausgasemissionen. Dadurch können fundierte Klimaschutzziele definiert und konkrete Handlungsmöglichkeiten abgeleitet werden. Ein solcher Schritt würde dazu beitragen, dass der Tourismusedsektor die Ziele des Energie- und Klimaplans Luxemburgs (PNEC) unterstützt.

In Bezug auf die Resilienz gilt es, die touristischen Bedürfnisse im interministeriellen Ausschuss der Nationalen Plattform zur Reduktion von Katastrophenrisiken einzubringen und zu bearbeiten.

³Der PDCA-Zyklus ist ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess, der aus den wiederholenden Phasen Planen-Umsetzen-Überprüfen-Handeln besteht.

⁴Ein Überblick touristischer Beihilfen finden Sie unter folgendem Link: <https://www.luxembourgtravel.lu/de/ueber-uns/partner-kooperationen/finanzielle-beihilfen>

⁵www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism

Branchenübergreifenden Austausch & Zusammenarbeit stärken

Um starke Kooperationen für eine nachhaltige Entwicklung des Luxemburg-Tourismus zu fördern, müssen Schlüsselakteure innerhalb und außerhalb der Tourismusbranche identifiziert werden. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit ermöglicht sektorübergreifende Maßnahmen, die für eine nachhaltige Transformation des Tourismussektors notwendig sind.

Auf nationaler Ebene bietet die projektbezogene Zusammenarbeit mit verschiedenen Ministerien und Institutionen Zugang zu wertvoller Nachhaltigkeitsexpertise und Erfahrungswerten anderer Bereiche. Diese **institutionelle Zusammenarbeit** soll verstärkt in bestehenden Nachhaltigkeitsgremien fortgeführt und touristische Interessen in politische Entscheidungsprozesse eingebracht werden,

einschließlich der aktiven Mitgestaltung z.B. bei der Erarbeitung von Naturschutzmaßnahmen und -gesetzen sowie bei der Infrastruktur- und Mobilitätsplanung.

Auf regionaler Ebene gilt es bestehende Verbindungen zu anderen Nachhaltigkeitsakteuren, wie beispielsweise den Naturparks, auch in zukünftigen Projekten weiterzuführen und im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu stärken. Dies fördert den Wissensaustausch und bietet die Möglichkeit, Synergieeffekte zu nutzen, um gemeinsam touristische Nachhaltigkeitsmaßnahmen umzusetzen. Gleichzeitig gilt es, die Nachhaltigkeitsperspektive weiterhin prioritär in die regionale Masterpläne zu integrieren.

Nachhaltige Tourismusinstitutionen etablieren

Eine glaubwürdige Etablierung als nachhaltige Tourismusdestination erfordert, dass Tourismusinstitutionen selbst Verantwortung für ihr betriebliches Handeln übernehmen. Ein Leitfaden für betriebliches **Nachhaltigkeitsmanagement in touristischen Einrichtungen**, sollte unter anderem Maßnahmen zur Ressourcenschonung und die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien bei der Auswahl von Dienstleistern umfassen.

Innerhalb der Institutionen gilt es, die eigenen Mitarbeitenden für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und entsprechende Kompetenzen aufzubauen, indem sie zum Beispiel regelmäßig an Weiterbildungen teilnehmen können. Ziel ist es, ein **ganzheitliches Wissensmanagement für Nachhaltigkeit im Luxemburg-Tourismus** aufzubauen. Eine umfassende Wissensplattform für den Tourismussektor bietet hierfür eine gute Ausgangsbasis, die es bezüglich des Themas der Nachhaltigkeit strategisch aufzubauen gilt. Angesichts der Komplexität und Vielfalt von Nachhaltigkeit kann auch externes Fachwissen von Expert*innen sinnvoll sein – sei es in Form von strategischer Beratung, Workshops oder Vorträgen.

Nachhaltigkeit messen

Um den Fortschritt der nachhaltigen Entwicklung einer Destination bewerten zu können, bedarf es geeigneter Messinstrumente. Datenbasierte Informationen helfen, die Dringlichkeit von Maßnahmen zu erkennen, Ursachen zu identifizieren und Bewusstsein zu schaffen.

Luxembourg for Tourism hat im Jahr 2023 neue Indikatoren vorgestellt, die nachhaltigkeitsrelevante Messgrößen wie Tourismusakzeptanz und Aufenthaltsdauer beinhalten. Darauf aufbauend wurde ein **Nachhaltigkeitsindikatorenset** erstellt, das spezifische Indikatoren für die in diesem Konzept definierten Schlüsselbereiche enthält. Diese Indikatoren sind im Dokument jeweils im Anschluss an den entsprechenden Schlüsselbereich aufgeführt. Eine regelmäßige Überprüfung der Relevanz und Aktualität dieser Indikatoren ist unerlässlich, um notwendige Optimierungen vornehmen zu können. Darüber hinaus ist ein Pilotprojekt mit dem STATEC zur Berechnung der Treibhausgasemissionen des Tourismus in Luxemburg geplant.

Pilotprozesse initiieren & begleiten

Innovative Ansätze können wirkungsvolle, aber noch wenig verbreitete Instrumente zur Stärkung der Nachhaltigkeit in die Praxis tragen. Tourismusinstitutionen können hier gezielte Impulse und Hilfestellungen zur Transformation geben, indem sie Pilotprozesse mit Vorreiter*innen der Branche initiieren oder unterstützen und diese so auf dem Weg zu „mehr Nachhaltigkeit“ begleiten. Entscheidend ist im gemeinsamen Dialog mit den touristischen Akteur*innen zu identifizieren, in welchen Bereichen der Nachhaltigkeit es eine besonders

große Bereitschaft und Entwicklungspotenziale gibt und hier anzusetzen. Je nach Thema und Engagement der Akteur*innen können sowohl nationale als auch regionale Pilotgruppen aufgebaut werden. Eine ausführliche Dokumentation und Kommunikation der gewonnenen Erkenntnisse sichern den Mehrwert für die gesamte Branche. In diesem Zusammenhang ist auch die Zusammenarbeit mit Innovations- und Bildungseinrichtungen ein wertvolles Instrument, um innovative Lösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.

Beispiele für Maßnahmen im Umsetzungsbereich „Nachhaltigkeitsmanagement“

1. Unterzeichnung der „Glasgow Declaration for Climate Action in Tourism“ prüfen
2. Nachhaltigkeitskriterien bei der Vergabe von touristischen Beihilfen und Zuschüssen ausarbeiten
3. Treibhausgasemissionen im Tourismus messen
4. Leitfaden zum Nachhaltigkeitsmanagement in Tourismusinstitutionen erstellen
5. Umfangreiche Wissensplattform zum Thema nachhaltiger Tourismus auf der B2B Plattform luxemboutgtravel.lu aufbauen

4.2 Nachhaltiges touristisches Angebot für Alle

Die Nachhaltigkeit einer Destination hängt maßgeblich davon ab, wie nachhaltig das touristische Angebot gestaltet ist – von der Anreise über die Teilnahme an touristischen Aktivitäten bis zur Verpflegung und Beherbergung. Eine nachhaltige Tourismusedwicklung berücksichtigt umweltfreundliche Mobilität, lebt von einem ökologisch und sozial verträglichen Handeln der Akteur*innen, schützt das nationale Natur- und Kulturerbe, stärkt lokale Produkte und richtet sich an Alle. Wesentlich ist die Zusammenarbeit aller Akteure im Tourismussektor, um einen ganzheitlichen Ansatz zu verfolgen, der Klima- und Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Aspekte gleichermaßen berücksichtigt und die Interessen verschiedener Anspruchsgruppen miteinander in Einklang bringt.



Schlüsselbereiche

Umweltfreundliche touristische Mobilität vor Ort stärken

Mit dem Ziel vor Augen, Luxemburg für Einwohner*innen, Grenzgänger*innen und Gäste autofrei erlebbar zu machen, ist die **Stärkung multimodaler, umweltfreundlicher und barrierefreier Mobilitätsangebote** von entscheidender Bedeutung.

Eine **gut ausgebaute Infrastruktur von Freizeitwegen als Grundlage für die nichtmotorisierte Fortbewegung vor Ort** bietet sowohl für Tourist*innen als auch für die Bevölkerung ein Mehrwert. Der Ausbau eines flächendeckenden und vernetzten Rad- und Wanderwegenetzes soll vorangetrieben werden und ermöglicht sowohl Tourist*innen als auch Einwohner*innen ein touristisches Erlebnis bei der Fortbewegung - sei es auf dem Weg zur Arbeit oder zur nächsten Sehenswürdigkeit - vorbei an den schönsten Natur- und Kulturstätten Luxemburgs. Sektorübergreifende Zusammenarbeit stellt sicher, dass Naturschutz- und Stakeholderinteressen sowie Barrierefreiheit berücksichtigt werden. Ein weiterer Schwerpunkt ist die landesweite Harmonisierung des RentaBike-Angebots, um den Fahrradverleih zu vereinfachen und zu fördern.

Auf regionaler Ebene gilt es in Zusammenarbeit mit Verbänden und Tourismusakteur*innen Lücken in der Anbindung von touristischen Sehenswürdigkeiten an den ÖPNV zu identifizieren und **individuelle, bedarfsgerechte Lösungen** zu entwickeln. Maßnahmen umfassen zusätzliche Haltestellen, angepasste Fahrpläne, saisonale Shuttles und On-Demand-Angebote. Umweltfreundliche Mobilität beinhaltet auch die Förderung von Elektromobilitätsinfrastruktur

an Sehenswürdigkeiten und bei Tourismusakteur*innen. Hier sind die direkten Handlungsmöglichkeiten der Tourismusverantwortlichen selbst begrenzt. Daher ist eine enge Kooperation mit dem Mobilitätssektor ist unerlässlich. Touristische Aspekte wie saisonale Nachfrage, unterschiedliche Reisezeiten und die Möglichkeit der Fahrradmitnahme müssen identifiziert und in die Mobilitätsplanung integriert werden. Die Analyse von Mobilfunkdaten kann helfen, Besucherströme zu lokalisieren und gezielte Mobilitätslösungen zu entwickeln.

Schließlich ist es wichtig, **Informationen zur umweltfreundlichen Mobilität bedarfsgerecht, multimedial und einheitlich** aufzubereiten, um Anreize für die Gäste zu schaffen. Besonders der kostenfreie Nahverkehr kann stärker hervorgehoben und aktiv als Nudging-Maßnahme genutzt werden. Durch gezielte Kommunikation von Veranstaltungen und Freizeitangeboten mit integriertem ÖPNV können Reisende zu nachhaltigeren Alternativen bewegt werden. Gäste sollten entlang der gesamten Dienstleistungskette einfachen Zugang zu Informationen zur nachhaltigen Fortbewegung haben. Auch touristische Akteur*innen sollten sensibilisiert werden, da sie oft die direkte Schnittstelle zu den Reisenden sind und zugleich selbst nachhaltige Mobilitätsangebote wie Shuttle-Services bereitstellen können.

Letztlich bieten touristische Angebote wie zum Beispiel „Vélosommer“ auf nationaler Ebene oder „Slow Cycling“ im Guttland einen hohen Erlebniswert und können somit dazu beitragen, dass die Menschen auch im Alltag vermehrt auf sanfte Mobilität setzen. In Kombination mit dem MoveWeCarry-Service sind sogar mehrtägige autofreie Aufenthalte möglich. Die Kommunikation solcher Angebote gilt es zu stärken und ihre zukünftige Entwicklung zu unterstützen.

Indikatoren

- Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs anstelle des Autos vor Ort
- Nutzung aktiver Mobilität (Fahrrad und zu Fuß) vor Ort
- Anteil an Gästen, die mit dem Zug, Bus oder Fahrrad anreisen

Nachhaltige Tourismusakteur*innen unterstützen

Im Zentrum des touristischen Angebots stehen die Akteur*innen einer Destination. Neben der aktiven Einbindung in Strategie- und Entscheidungsprozesse gilt es, die Akteur*innen durch Sensibilisierung und Bereitstellung von Informationen sowie bei der Umsetzung eigener Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu unterstützen.

Die bereits genannte Wissensplattform sollte sowohl für Mitarbeiter*innen der Tourismusinstitutionen als auch für Tourismusakteur*innen aufgebaut werden. Die Bündelung und Aufwertung von Beratungs- und Weiterbildungsinitiativen im Bereich Nachhaltigkeit ist vorrangig umzusetzen. Zusätzliche Hilfestellungen wie Leitfäden, Checklisten und Informationen zu Zertifizierungen, finanziellen Beihilfen und Best-Practice-Beispielen sollten integriert werden. Luxemburg bietet bereits viele Erfolgsmodelle, von denen wertvolle Erfahrungen ausgetauscht werden können, wie Diversity-Workshops, der 0-km-Teller, ECOBOX und andere Mehrwegsysteme, die Aktion „Gielt Band“ und das Restaurant Melting Pot der Jugendherbergen. Die Zusammenarbeit mit Branchenverbänden ist hier besonders wichtig, da sie den beruflichen Alltag ihrer Mitglieder kennen und wissen, wo Wissensaufbau und Unterstützung für die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen benötigt wird. Ein direkter Austausch über die Plattform ermöglicht es Tourismusakteur*innen, Erfahrungen zu teilen. Grundsätzlich gilt es, einen **aktiven Rahmen für Austauschformate, Fachvorträge und Follow-up-Treffen zu Nachhaltigkeitsthemen** zu organisieren. Ein wichtiger Aspekt bei diesem Wissensaufbau ist dabei die Funktion von Mitarbeitenden als Multiplikator*innen der Nachhaltigkeit im direkten Kundenkontakt.

Sensibilisierungskampagnen der **Nachhaltigkeitszertifizierungen EcoLabel Luxemburg für Unterkünfte, ESR⁷ Label für Betriebe und dem Green Business Events Logo** gilt es prioritär durchzuführen. Der unterstützende Zertifizierungsprozess informiert die Tourismusakteur*innen über ein nachhaltiges Be-

triebsmanagement und das Label selbst stärkt die Sichtbarkeit ihres Nachhaltigkeitsengagements. Gerade vor dem Hintergrund kommenden EU-Regularien werden Labels in Zukunft eine wesentliche Rolle in der Nachhaltigkeitskommunikation spielen. Dabei ist es unerlässlich, die Kriterien dieser Labels regelmäßig zu evaluieren und zu überarbeiten. Geplant ist hier eine Studie zur Bewertung des Mehrwerts und der Auswirkungen des EcoLabels Luxembourg für die zertifizierten Betriebe (z.B. Einsparungen, Attraktivität für Gäste), die Umwelt und den Tourismusstandort Luxemburg. Auf Basis dieser Ergebnisse soll eine zukünftige Strategie zur Weiterentwicklung des Labels erarbeitet werden, die relevante EU-Anforderungen und Marktentwicklungen berücksichtigt.

Die Hotelstars Union, eine Initiative der europäischen Hotelverbände, überprüft die Integration von Nachhaltigkeitskriterien in das Hotelklassifizierungssystem. Luxemburg beteiligt sich aktiv an dieser Ausarbeitung und unterstützt die Einbindung von Nachhaltigkeitskriterien.

Indikatoren

- Inwiefern fühlen sich Beschäftigte im Tourismus zu Nachhaltigkeitsthemen informiert
- Anzahl der Tourismusbetriebe mit einer Nachhaltigkeitszertifizierung (EcoLabel Luxemburg, EU Ecolabel, ESR Label usw.)
- Anzahl der Teilnehmer an Veranstaltungen, die mit dem Green Business Events Logo ausgezeichnet wurden

Regionale und lokale Produkte stärken

Die Verzahnung von kulinarischen, landwirtschaftlichen und handwerklichen Produkten aus der Region mit dem Tourismus ist sowohl aus Gäste- als auch Produzent*innensicht wertvoll. Sie ermöglicht authentische Reiseerlebnisse und fördert die regionale Wertschöpfung. Neben direkten und indirekten Einkommenseffekten **stärkt diese Verknüpfung auch die Resilienz durch regionale Wirtschaftskreisläufe.**

Es gilt, die **touristische Erlebbarkeit dank regionaler Produkte sowie der materiellen und immateriellen Kultur zu steigern.** Die überregional durchgeführte LEADER-Studie zur Wirtschaftskraft und zu den Entwicklungspotenzialen des Landtourismus im Großherzogtum Luxemburg identifiziert Potenzial in den Bereichen Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion, Kulinarik und Handwerk. Empfohlene Maßnahmen umfassen ein landesweites Konzept für kulinarisches Erbe und authentische Produktentwicklung im Bereich immaterieller Kultur. Diese Ansätze sollten aufgegriffen werden und könnten zum Beispiel in die LEADER-Förderung einfließen.

Aktivtouristische Infrastruktur nachhaltig gestalten

Luxemburg, mit seinem einzigartigen Natur- und Kulturerbe, ist ein ideales Reiseziel für Aktivtourist*innen. Bei der Infrastrukturgestaltung ist es wichtig, dass sie harmonisch ins Landschaftsbild passt und gleichzeitig langfristig bestehen bleibt. Die Beschilderung des Rad- und Wanderwegenetzes gilt es, einheitlich und nachhaltig auszubauen und deren Unterhalt zu gewährleisten. Bei der Infrastrukturplanung sollten **Materialien und Bauweisen bevorzugt werden, die hinsichtlich Nachhaltigkeit am besten für den jeweiligen Einsatzort geeignet sind.** Die regelmäßige Instandhaltung der Wege und Beschilderung ist entscheidend für deren Funktionalität und Ästhetik. Ein großer Dank gebührt den engagierten ehrenamtlichen Helfern, deren Arbeit für die Pflege der Wanderwege unverzichtbar ist und auch in Zukunft gesichert werden muss. Daher ist es wichtig, die aktuelle Situation der Freiwilligengruppen in den Regionen zu untersuchen, um einem möglichen Mangel vorzubeugen.

Die bereits 2009 von der Landwirtschaftskammer in enger Zusammenarbeit mit dem Landwirtschaftsministerium gestartete Sensibilisierungs- und Informationskampagne „Sou schmaacht Lëtzebuerg“, die Initiative #regionalsaisonal und das Qualitätslabel „Hausgemaach“ des Verbandes Horesca sollen ebenfalls stärker eingebunden und kommuniziert werden.

Lokale Erzeugnisse und ihre Produzent*innen spielen in der touristischen Vermarktung Luxemburgs bereits eine wichtige Rolle, die weiter ausgebaut und auch Non-Food-Produkte stärker einbeziehen sollte. Bei der Auswahl von Partner*innen für die Angebotsentwicklung und medialen Darstellung sollte über den Aspekt der Regionalität hinaus eine Berücksichtigung von Kriterien der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit erfolgen – wie etwa eine naturverträgliche Erzeugung oder inklusive und faire Arbeitsbedingungen.

Indikatoren

- Anteil an Gästen, die bewusst lokale Produkte konsumiert oder gekauft haben (food & non-food)
- Anteil an Gästen, die bewusst Restaurants mit lokalen Produkten besucht haben



⁷Entreprise Socialement Responsable

Qualitätstourismus für Alle ausbauen

Der Tourismus in Luxemburg soll für Alle - Einwohner*innen, Grenzgänger*innen und Gäste - zugänglich und komfortabel erlebbar sein.

Der Tourismus in Luxemburg hat die reine Gästeperspektive schon länger hinter sich gelassen und sieht die Destination als Lebensraum, in welchem der Tourismus aktiv zur **Steigerung einer nachhaltigen Aufenthalts- und Lebensqualität der Bevölkerung** beiträgt. Die Angebots- und Kommunikationskampagne „Lëtzebuerg, dat ass Vakanz!“, die sich gezielt an jene richtet, die ihren Alltag in Luxemburg verbringen, gilt es fortzuführen und dadurch die überregionale Zusammenarbeit touristischer Partner*innen zu stärken. Das Projekt „Guide for one day“ integriert die Bevölkerung in den Tourismus und schafft Raum zum Austausch zwischen Gästen, Zugezogenen und Einheimischen. Die aktuelle Charta berücksichtigt verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte und soll durch positiv formulierte Tipps zur nachhaltigen Gestaltung von Besichtigungstouren, wie die verstärkte Einbindung regionaler Produkte, ergänzt werden. Auch jüngere Generationen könnten in diesem Projekt stärker und gezielter eingebunden werden. Zudem gilt es die Entwicklung von Volun-tourismus-Angeboten zu prüfen, da diese Begegnungen auf Augenhöhe ermöglichen und einen direkten, nachhaltigen Mehrwert für die Bevölkerung schaffen. Volun-tourismus ist eine immer häufiger praktizierte Form des Tourismus, bei der freiwilliges Engagement und touristisches Erlebnis im Rahmen einer Reise miteinander verbunden werden.

Barrierefreiheit ist ein Qualitätsmerkmal, das sich bereits durch erfolgreiche Leuchtturmprojekte wie die Komfort-Wanderwege auszeichnet und nun kontinuierlich ausgebaut wird. Die im Großherzogtum starken strategischen Grundlagen – wie etwa das im Jahr 2022 erlassene Gesetz zur Zugänglichkeit von öffentlich zugänglichen Orten, öffentlichen Straßen und Mehrfamilienhäusern – bieten optimale Voraussetzungen, um das Thema auch im Tourismus noch stärker als bisher voranzutreiben.

Für Reisende mit besonderen Bedürfnissen sind detaillierte Informationen und transparente Qualitätskriterien sowie deren Kennzeichnung und Kommunikation Voraussetzung für eine sichere Reiseplanung. Die umfangreichen Informationen, die durch das Label „EureWelcome“ zur Verfügung gestellt werden, sollen zukünftig im touristischen Marketing zusätzlich textlich übersichtlich zusammengefasst und bildlich visualisiert werden.

Im Rahmen der touristischen Barrierefreiheit ist es wichtig, auch die Kommunikation barrierefrei zu gestalten und die Tourismusakteur*innen zu sensibilisieren und bei der Umsetzung zu unterstützen. Seit 2019 gibt es in Luxemburg ein Gesetz zur Zugänglichkeit von Websites und mobilen Anwendungen öffentlicher Stellen. Technische und inhaltliche Barrieren in der touristischen Kommunikation müssen weiterhin abgebaut werden. Maßnahmen wie leichte Sprache und Untertitelung von Videos sollen die Zugänglichkeit verbessern. Das Ziel ist es,

Indikatoren

- Unterstützung des Tourismus durch die Bevölkerung
- Empfehlung von Luxemburg als Reiseziel durch die eigene Bevölkerung
- Anzahl zertifizierter touristischer Attraktionen und Infrastrukturen mit Eurewelcome Label
- Zufriedenheit mit der Zugänglichkeit touristischer Attraktionen & Infrastrukturen für Personen mit eingeschränkter Mobilität bei Gästen

eine barrierearme „Customer Journey“ als Qualitätsmerkmal für alle Gäste und Einheimischen zu bieten.

Ein Tourismus für Alle stellt auch sicher, dass **Menschen aller Einkommensschichten sowie Jugendliche und Studierende die Möglichkeit haben, an touristischen Aktivitäten teilzunehmen**. Der kostenlose öffentliche Personennahverkehr, das gut ausgebaute Jugendherbergnetz, aber auch Angebote wie der Kulturpass und die LuxembourgCard bilden hierfür bereits eine ausgezeichnete Basis, die es auszubauen gilt. Informationen hierzu müssen leicht auffindbar sein und verstärkt kommuniziert werden. Zudem sollten konkrete Vorschläge für Aufenthalte mit kleinem Budget entwickelt werden.

Die Anerkennung und Einbeziehung gesellschaftlicher Vielfalt – einschließlich sexueller, religiöser und kultureller Unterschiede – ist entscheidend für die **inklusive Entwicklung touristischer Angebote**. Durch Sensibilisierung für kulturelle Unterschiede, mehrsprachige Aufbereitung und Einbeziehung verschiedener Perspektiven können touristische Erlebnisse so gestaltet werden, dass sich alle Reisenden willkommen und respektiert fühlen. Um die Grundwerte des „Tourismus für Alle“ in den Betriebsstrukturen zu verankern und Mitarbeitende zu sensibilisieren, können Tourismusorganisationen die Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt Lëtzebuerg“ prüfen.

Beispiele für Maßnahmen im Umsetzungsbereich „Nachhaltiges touristisches Angebot für Alle“

1. Ganzheitliche touristische Mobilitätsanalyse durchführen
2. Durchführung einer Studie zur Bewertung des Mehrwerts und der Auswirkungen des EcoLabels Luxembourg, um eine Grundlage für die Ausarbeitung einer zukünftigen Strategie zu schaffen
3. Untersuchung der Situation von Freiwilligengruppen zur Instandhaltung der Wanderwege in den Regionen
4. Beratung und Weiterbildungen für Mitarbeiter*innen touristischer Infrastrukturen und Attraktionen anbieten
5. Gezielt jüngere Generationen (zB im Projekt „Guide for one Day“) einbeziehen



📍 Echternacher See

4.3 Nachhaltigkeitskommunikation

Um Luxemburg als nachhaltiges Reiseziel zu etablieren, gilt es nicht nur, den Wandel in Richtung Nachhaltigkeit aktiv zu gestalten, sondern auch, das Engagement wirkungsvoll und transparent zu kommunizieren. Ein nachhaltiges Angebot für alle Gäste soll zur Norm werden, die jeden Gast gerne wiederkommen lässt. Die Nachhaltigkeitskommunikation sollte insbesondere den Erlebniswert in den Vordergrund stellen und dabei den Tourist*innen entlang der gesamten Customer Journey helfen, nachhaltigere Entscheidungen zu treffen.

Schlüsselbereiche

Nachhaltige Angebote & Tourismusakteur*innen multimedial in Szene setzen

Bei der Umsetzung des touristischen Nachhaltigkeitskonzepts sollten einerseits neue nachhaltige Erlebnisse und Angebote für Luxemburg-Reisende geschaffen und andererseits die **Sichtbarkeit bestehender nachhaltiger Angebote und Tourismusakteur*innen in analogen und digitalen Medien** verstärkt und multimedial in Szene gesetzt werden.

Durch den Storytelling-Ansatz können **Personen und Geschichten hinter dem Nachhaltigkeitsengagement des Luxemburg-Tourismus hervorgehoben werden**. Die Luxembourg Tourism Awards berücksichtigen bereits Nachhaltigkeitskriterien und stärken somit die Sichtbarkeit nachhaltiger Akteur*innen. Solche Maßnahmen tragen außerdem dazu bei, die Tourismusbranche als attraktiven Arbeitgeber

darzustellen. Der Storytelling Ansatz gilt es auch in Form von zum Beispiel dem LUCI-Magazin fortzuführen und auszubauen.

Es gilt also die Tourismusakteur*innen und ihr Engagement prioritär in den Fokus zu setzen. Angesichts der bevorstehenden Green Claims Directive der Europäischen Union ist es unerlässlich besondere Aufmerksamkeit der **Vermarktung und intensiven Kommunikation von Angeboten und Tourismusakteur*innen mit Nachhaltigkeitslabeln** zu geben, die eine verlässliche Drittanbieter-Zertifizierung gewährleisten. Dabei ist es entscheidend die konkreten Bemühungen in den Vordergrund zu stellen und **den abstrakten Begriff „nachhaltig“ aufzubrechen und zu konkretisieren, was genau damit gemeint ist** – etwa regionale

Produktion oder faire Arbeitsbedingungen. Workshops für Tourismus- und Marketingverantwortliche können Impulse für erfolgreiche Kommunikation in Bezug auf Nachhaltigkeit in seinen unterschiedlichen Dimensionen bieten.

Letztlich kann **die Darstellung des Mehrwertes von Nachhaltigkeit** einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, Gäste und touristische Akteur*innen für eine nachhaltige Entwicklung zu begeistern, sie zur Nutzung eines nachhaltigen Angebotes zu motivieren und somit den nachhaltigen Tourismus in Luxemburg zu stärken.

Indikatoren

- Anteil an Gästen, die Luxemburg als nachhaltiges Reiseziel wahrnehmen
- Anteil an potenziellen Gästen, die Luxemburg als nachhaltiges Reiseziel wahrnehmen

Nachhaltige Markt- & Vermarktungsstrategien entwickeln

Ein nachhaltigerer Tourismus erfordert angepasste Markt- und Vermarktungsstrategien, die verschiedene Aspekte berücksichtigen und große Hebelwirkung entfalten können.

Die bestehenden Maßnahmen zur **Abschwächung saisonaler Nachfragespitzen und zur Entwicklung eines Ganzjahresziels** sollten verstärkt werden, um die Wirtschaftlichkeit touristischer Betriebe zu verbessern und Besucherströme zu lenken. Dies gewährleistet ein positives Reiseerlebnis und minimiert Überlastung. Befragungen der Bevölkerung zeigen, dass es bisher keine allgemeine Wahrnehmung von Overtourism gibt, aber der Wunsch nach einer besseren regionalen Verteilung und nachhaltigerem Tourismus wächst. Maßnahmen könnten spezielle Schlechtwetter- und Nebensaisonangebote, attraktive Veranstaltungsformate und abgestimmte Öffnungszeiten umfassen. Marketingstrategien für die Nebensaison sollten mit ansprechendem Bildmaterial und innovativen Erzählformaten unterstützt werden. Digitale Tools wie die VisitLuxembourg-App und Storytelling-Ansätze helfen, Touristenströme räumlich und zeitlich zu verteilen.

In den Tourismusregionen gilt es im engen Austausch mit der Natur- und Forstverwaltung in regelmäßigem Abstand zu evaluieren, wo es zu (neuen) Überlastungserscheinungen oder Interessenskonflikten kommen könnte. Die Uewersauer-Stauséikommission zeigt beispielhaft, wie eine **akteursübergreifende Zusammenarbeit für ein Besucher*innenmanagement** aussehen kann. Umfangreiche Maßnahmen, wie die Einführung eines Parkleitsystems und die Veröffentlichung von Auslastungsprognosen, können die dortige Situation entschärfen. Im Hinblick auf die Bemühungen, den Tourismus stärker in Einklang mit Natur- und Wasserschutz zu bringen und insbesondere sensible Gebiete besser zu schützen, gilt es eine Zusammenarbeit mit dem gemeinnützigen Verein Digitize the Planet zu konkretisieren, um eine Digitalisierung von Regeln zur Nutzung von Schutzgebieten zu ermöglichen. Dies ermöglicht es, die Gäste bereits während ihrer Planungsphase zu sensibilisieren und somit eine gezielte Besucherlenkung zu erreichen.

Aus Gründen des Klimaschutzes ist eine Optimierung der Nachfragestruktur durch die **Entwicklung und Förderung von Märkten mit niedrigen Emissionen** bei gleichzeitiger Berücksichtigung der kollektiven wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen essenziell. Eine Verringerung der Anreisedistanz, Verlängerung der Aufenthaltsdauer und die Wahl emissionsärmerer Verkehrsmittel wirken sich positiv auf die Treibhausgasintensität einer Reise aus. Auch die Wahl der Unterkunft, Art der Aktivitäten und das Konsumniveau sind wichtige Faktoren. Tourist*innen aus Fernmärkten reisen oft mit dem Flugzeug, nutzen jedoch möglicherweise die Nebensaison und geben mehr pro Tag aus. Dies muss abgewogen werden. Bereits erfasste Daten zur touristischen Nachfrage in Luxemburg sollten weitergeführt und erweitert werden, um fundierte, datenbasierte Entscheidungen zur Vermarktung zu treffen.

Eine nachhaltige Markt- und Vermarktungsstrategie ist auch ein wichtiges **Werkzeug im Streben nach Resilienz**. Fernmärkte reagieren stärker als Nahmärkte auf Disruptionen, wie etwa die COVID-19 Pandemie. Die für Luxemburg identifizierten wichtigsten Quellmärkte der Zukunft - die Nachbarstaaten, die Großregion und die Niederlande sowie die DACH-Staaten und Großbritannien - sind vor diesem Hintergrund und aus Klimaschutzsicht ein „good fit“. Die bereits erfolgten Aktivitäten zur **Ansprache der in Luxemburg lebenden und arbeitenden Bevölkerung als Zielgruppe für den Tourismus** sind hier ebenfalls positiv hervorzuheben und sollten fortgeführt respektive ausgebaut werden.

Indikatoren

- Wahrnehmung der Tourismusüberlastung bei Gästen
- Wahrnehmung der Tourismusüberlastung bei der Bevölkerung
- Aufenthaltsdauer
- Saisonalität (Ankünfte pro Monat)
- Anteil an Gästen aus Nahmärkten (< 300km)
- Ankünfte der in Luxemburg ansässigen Personen (lokaler Tourismus)
- Bereitschaft zur Verlängerung der Aufenthaltsdauer/außerhalb der Hauptsaison anzureisen bei Gästen und potenziellen Gästen (direkte Buchungsabsicht)



📍 Gallo-römische Stätte Dalheim

Gäste sensibilisieren & einbinden

Mit dem **Ziel, das Besucherverhalten positiv zu beeinflussen**, sollten Tourist*innen aktiv in das Nachhaltigkeitsengagement der Destination eingebunden werden. Durch Storytelling kann sowohl den Besucher*innen als auch der Lokalbevölkerung vermittelt werden, dass es ein Privileg ist, sich in Luxemburgs einzigartiger Natur frei zu bewegen und das Kulturerbe hautnah zu erleben. Touristische Angebote wie nachhaltige Stadtführungen oder Touren mit Naturschutz-Rangern können den Reisenden einen unmittelbaren **Einblick in die Nachhaltigkeitsarbeit vor Ort** bieten und ihnen ein tieferes Verständnis für die lokale Kultur und den Natur- und Umweltschutz ermöglichen.

Als Bestandteil einer **Strategie zur Gästesensibilisierung** gilt es gemeinsame Standards zur Kommunikation von Naturschutz- und Verhaltensregeln im Freizeit- und Tourismuskontext zu formulieren. Bestehende Sensibilisierungskampagnen wie „Care for your forest“ aus der Region Müllerthal oder die Éisleker Wanderregeln zeigen auf, wie eine kreative und positive Übermittlung aussehen kann und können dabei als Blaupause für weitere Initiativen dienen. So werden Synergieeffekte genutzt. Zudem schafft eine einheitliche Darstellung über Regionsgrenzen hinaus für die Reisenden einen Wiedererkennungswert und erleichtert eine Verinnerlichung der Grundsätze und Regeln. Um den Gast in den verschiedenen Etappen seiner „Customer Journey“ zu erreichen, sollte die Gästesensibilisierung dabei sowohl über digitale Kanäle als auch direkt vor Ort erfolgen.

Beispiele für Maßnahmen im Umsetzungsbereich „Nachhaltigkeitskommunikation“

1. Workshops zur effektiven und korrekten Kommunikation von Nachhaltigkeitsmaßnahmen anbieten. Dies soll helfen, in der Nachhaltigkeitskommunikation konform mit der kommenden Green Claims Richtlinie der Europäischen Union zu sein.
2. Mehrwert von Nachhaltigkeitsinitiativen (zB von Green Business Events) stärker und gezielter kommunizieren.
3. Regeln zur Nutzung von Schutzgebieten mit „Digitize the Planet“ digitalisieren und kommunizieren..
4. „Sustainable Traveller Challenge“ auf der VisitLuxembourg App zur Sensibilisierung der Gäste entwickeln.


 Böwen

5

Ausblick

Das hier vorliegende touristische Nachhaltigkeitskonzept konkretisiert die in der nationalen Tourismusstrategie aus dem Jahr 2022 hervorgehobene Rolle der Nachhaltigkeit. Mit dem Nachhaltigkeitsverständnis werden die bislang grob formulierten vier Nachhaltigkeitsdimensionen konkreter und schaffen eine klare Linie zum Handeln im Sinne eines zukunftsorientierten Tourismus. Ein zukunftsorientierter Tourismus in Luxemburg schützt seine ökologischen Grundlagen, sichert den sozialen Zusammenhalt, stärkt die kulturelle Authentizität und sichert den ökonomischen Erfolg.

Konkrete Schlüsselbereiche wurden identifiziert und in drei übergreifende Umsetzungsbereiche gegliedert. Die Inhalte und genannten Maßnahmen dieser Schlüsselbereiche gilt es nun in den kommenden Jahren umzusetzen. Einige Projekte, wie die Erstellung eines Leitfadens zur Implementierung eines betrieblichen Nachhaltigkeitsmanagements innerhalb der Tourismusinstitutionen, sind kurzfristig zu realisieren, während andere, wie die umfangreiche touristische Mobilitätsanalyse mittelfristig umgesetzt werden. Darüber hinaus wird dieses Nachhaltigkeitskonzept als kontinuierlicher Prozess verstanden, der immer wieder evaluiert und angepasst sowie mit neuen konkreten Maßnahmen und Projekten unterlegt werden muss.

Hierfür ist ein gutes Zusammenspiel und Engagement der Tourismusakteur*innen des Landes von großer Bedeutung. Im Rahmen des partizipativen Erstellungsprozesses dieses Konzeptes haben bereits viele Akteur*innen gezeigt, dass sie sich mit Motivation und Innovationskraft einer nachhaltigen touristischen Entwicklung widmen und dies als Chance für einen erfolgreichen Tourismus der Zukunft sehen. Das vorliegende Konzept bietet die notwendige Orientierung und treibt den bereits begonnenen Entwicklungsprozess voran, Luxemburg auf natürliche und authentische Weise als nachhaltiges Reiseziel im Herzen Europas zu positionieren.



📍 Schloss Vianden

