

Themenspezial

REGENSBURG TOURISMUS GMBH



Ein architektonisches Juwel der besonderen Art: das neue Regensburger Kongress-Zentrum „MarinaForum“

Regensburg Tourismus setzt auf Nachhaltigkeitskonzept

Mit dem Mess- und Bewertungstool Green Score Card will der Tagungsbereich der RTG Unternehmen als Kooperationspartner auf Augenhöhe gewinnen.

Von Gerd Otto

REGENSBURG. Um Nachhaltigkeit habe man sich bei der Regensburg Tourismus GmbH (RTG) schon sehr früh bemüht – darauf verweist Geschäftsführerin Sabine Thiele mit besonderem Nachdruck: „Nachhaltigkeit ist in den Werten der RTG verankert und liegt uns sehr am Herzen.“ Und die Nachhaltigkeitsberaterin Daniela Wiese ergänzt: „Der nachhaltige Weg bleibt im Fluss.“ Es gebe kein Ankommen. „Nur ständige Verbesserung zählt.“ Dass auch oder gerade für eine Stadt, die zum Welterbe der UNESCO zählt, der Weg zur Nachhaltigkeit nur über kleine Schritte möglich ist, lasse sich am Beispiel Regensburg sehr gut demonstrieren.

Ehe im Jahr 2014 die Green Score Card und die Green Note eingeführt wurden, sei es erst einmal darum gegangen, die eigenen Mitarbeiter zu sensibilisieren, den Anteil der fair und regional produzierten Souvenirs zu erhöhen oder auch das Tagungsmotto der RTG auf den Slogan „Tradition goes green Future“ auszuweiten. Inzwischen, etwa zehn Jahre später, hat man die „Fair“-Quote auf 95 Prozent gesteigert und mehr als 60 Prozent der für den Zeitraum bis 2018 angepeilten Nachhaltigkeitsziele erreicht.

Ganz besonders wichtig erscheint es Sabine Thiele, dass Ökonomie, Ökologie und der soziale Aspekt gleichwertig im Sinne eines verantwortungsbewussten Umgangs mit

den natürlichen Ressourcen Berücksichtigung finden. Dieses Konzept, also der Regensburger Weg der Nachhaltigkeit im Veranstaltungsmanagement, wurde von der Regensburg Tourismus GmbH gemeinsam mit den Green Guides von Mygreenmeeting erarbeitet und wird in der Branche als herausragend bewertet. Neben dem Blick auf Tradition und Geschichte, aus dem heraus sich modernes Tagen in denkmalgeschützten Räumlichkeiten geradezu von selbst ergibt, spielt für die RTG aber auch das soziale Engagement eine wichtige Rolle, etwa durch die Förderung ausgewählter Projekte, an denen sich die Kunden der Tourismus GmbH beteiligen können.

In Bezug auf den Nachhaltigkeitscheck kommt es für die Regensburg Tourismus GmbH vor allem auf die Kooperationspartner aus den Bereichen Hotel, Catering oder Veranstaltungszentren an. Aber auch auf ein ganzheitliches Mobilitätskonzept wird bei den Regensburger Touristikern großer Wert gelegt. Hier verweist Sabine Thiele auf die Zusammenarbeit mit der Bahn, den sonstigen Anbietern im öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) oder auch Unternehmen wie dem Airportliner. Schließlich ist in dem Gespräch mit den RTG-Verantwortlichen auch die freiwillige Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit ein Thema, das nicht zuletzt durch die Unterzeichnung des Nachhaltigkeitskodex „fairpflichtet“ der Orga-

nisationen German Convention Bureau e. V. (GCB) und Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e. V. (EVVC) zum Ausdruck kommt.

Und dann natürlich die Green Score Card: Mit diesem Mess- und Bewertungstool kann die RTG ihren Kunden auf dem Gebiet von Veranstaltungen, Tagungen und Kongressen ein umfassendes Paket an Maßnahmen anbieten. Wie Daniela Wiese, die Nachhaltigkeitsbeauftragte der RTG, erläutert, habe man dafür in Regensburg auf den einzelnen Handlungsfeldern nicht weniger als 300 nachhaltige Maßnahmen zur Verfügung: „Gemeinsam mit den Kunden können wir anhand einer Checkliste einen sinnvollen Mix ausarbeiten.“

Als Beispiel verweist sie auf die Nutzung des ÖPNV-Kongresstickets oder auf die Shuttles mit dem Airportliner: „Gut ist auch immer Regionalität und Saisonalität, also die Kooperation mit regionalen Caterern!“ Die Bewertung bei der Planung und Umsetzung der Maßnahmen erfolge automatisch nach einem Punktesystem, wobei insbesondere die Relevanz in Bezug auf CO₂, also Kohlendioxid, abgefragt werde.

Dieses System, so betont Daniela Wiese, helfe bei der Überprüfung der vor einer Veranstaltung ins Auge gefassten nachhaltigen Kriterien. Um die Vorbildfunktion der Regensburg Tourismus GmbH zu unterstreichen, der man sich ja ganz generell verpflichtet fühlt, verweist Daniela Wiese darauf, dass bei Eigenveranstaltungen der RTG das Nichterreichen der Ziele keineswegs folgenlos bleibe. Jeder nicht erreichte Relevanzpunkt in puncto Nachhaltigkeit werde mit einem Euro hinterlegt und bei jedem verfehlten CO₂-Relevanzpunkt sei eine Spende fällig. Sehr erfreut sei man, wenn sich auch die Kunden diesem System anschließen, zumal im Anschluss an die jeweilige Veranstaltung ein Green-Note-Label als Belohnung winkt.

Damit könnten die Unternehmen oder Institutionen nach einer Tagung in Regensburg auch nach außen und langfristig im eigenen Interesse ein Zeichen nachhaltiger Entwicklung setzen.

INTERVIEW

Gespräch mit Sabine Thiele, Geschäftsführerin der Regensburg Tourismus GmbH (RTG)

Die Kombination aus vielen Alleinstellungsmerkmalen

Frau Thiele, dass sich Regensburg seit einiger Zeit als boomender Wirtschaftsstandort präsentieren kann, hat sich inzwischen auch bundesweit herumgesprochen. Welche Rolle spielt dabei der Tourismus?

Sabine Thiele: Zumeist denkt der Mensch bei Tourismus zuerst an Urlaub, Erholung oder Städtertrip. Das ist für Regensburg zu 50 Prozent auch zutreffend, die Gäste kommen wegen des UNESCO-Welterbes, radeln an der Donau oder besuchen Kulturveranstaltungen. Die anderen 50 Prozent der übernachtenden Gäste sind Geschäftsreisende. Das bedeutet, wenn Wirtschaft und Wissenschaft stark sind, dann steigen auch die geschäftlichen Übernachtungen. Wenn man dann noch ein gutes Angebot für Tagungen und Kongresse bereithält, kann man so Wirtschaft und Wissenschaft unterstützen.

Auf welche Weise kann sich eine Stadt wie Regensburg Alleinstellungsmerkmale erarbeiten, eine „Währung“, die ja in jeder Branche und von jedem Wettbewerber angestrebt wird?

Regensburg punktet mit einer Kombination verschiedener Alleinstellungsmerkmale: Es ist das größte zusammenhängende UNESCO-Welterbe in Deutschland mit fast 1000 Einzeldenkmälern, hat den ältesten Knabenchor der Welt und eine lange Tagungstradition durch den immerwährenden Reichstag. Diese Aspekte zusammen mit dem neuen, nachhaltig konzipierten Veranstaltungszentrum Marinaforum Regensburg geben uns die Möglichkeit, im Tagungs- und Kongressgeschäft in Deutschland präsent zu sein.

Bedeutsam war für Regensburg von Anfang an die Donau. Welche Rolle spielt der Fluss für Ihr Tourismuskonzept?

Die Donau ist für Gäste ein wichtiger Anziehungspunkt, für viele ein Reise-motiv, ich denke da an die Flusskreuzschiffahrt, aber auch an die Menschen, die an der Donau entlangradeln oder wandern. Die Sanierung der Brücke ist ein wichtiger Schritt für die weitere Donauerschließung hin zur Stadt, aber auch der Bau des Museums mit der Treppe zur Donau oder das Entstehen des Marinaquartiers mit seiner Struktur von Leben, Arbeiten, Wohnen am Hafen beziehungsweise an der Donau. Ich bin sicher, da passiert in den nächsten Jahren noch mehr.

Wie schaffen Sie es, die Balance zwischen den Interessen Ihrer Kunden, also den Touristen, und der einheimischen Bevölkerung herzustellen?

Wir haben seit Gründung der RTG Aspekte einer qualitätvollen Weiterentwicklung des Tourismus berücksich-

tigt. Zum Beispiel haben wir nie Werbung für Tagestourismus und Kreuzfahrtschiffe gemacht, unser Marketing richtet sich an den übernachtenden Gast. Die RTG unterstützt deshalb die Entscheidung, dass nur bis zu 1500 Anlandungen pro Jahr zugelassen sind.



„Wir werden (...) zusammen mit der Tourismuswirtschaft Maßnahmen erarbeiten, die Bürger für die Gäste neu zu sensibilisieren.“

Sabine Thiele

Die RTG hat im Rahmen des neuen Tourismuskonzepts zudem mit den großen Veranstaltern von Stadtführungen abgestimmt, dass die Gruppen nur noch maximal 25 Teilnehmer haben, wenn sie in der Stadt unterwegs sind. Wir werden mit dem neuen Tourismuskonzept, das 2018 herauskommt, zusammen mit der Tourismuswirtschaft Maßnahmen erarbeiten, die Bürger für die Gäste neu zu sensibilisieren. In einer Befragung der Bürger, die wir seit 2009 durchführen, zeigt sich, dass für viele Regensburger die Gäste zu Regensburg gehören.

Welche Bedeutung hat künftig der Tagungssektor für Regensburg?

Das Tagungs- und Kongress-Segment, kurz MICE-Business, ist wichtig für Regensburg, das haben uns die Regensburger Unternehmen und Wissenschaftsinstitutionen immer wieder signalisiert. Die Resonanz sowohl aus der Wirtschaft als auch aus der Wissenschaft, die wir nach der Eröffnung für das Marinaforum erhalten haben, zeigt deutlich, dass die Entscheidung der Stadt, dort zu investieren, richtig war.

Interview: Gerd Otto
Foto: Michael Vogl



„MarinaForum“ – für Tagungen jeglicher Größe geeignet Fotos: Michael Vogl

KONTAKT

Regensburg Tourismus GmbH
Wahlenstraße 17
93047 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 / 507-4410
Fax: +49 (0) 941 / 507-1919
tourismus@regensburg.de
www.tourismus.regensburg.de

