



GLOBAL  
**DESTINATION  
SUSTAINABILITY  
MOVEMENT**

# GDS-Index 2024 Ergebnisse

Präsentation von Janie Neumann  
Montag, 9. Dezember 2024

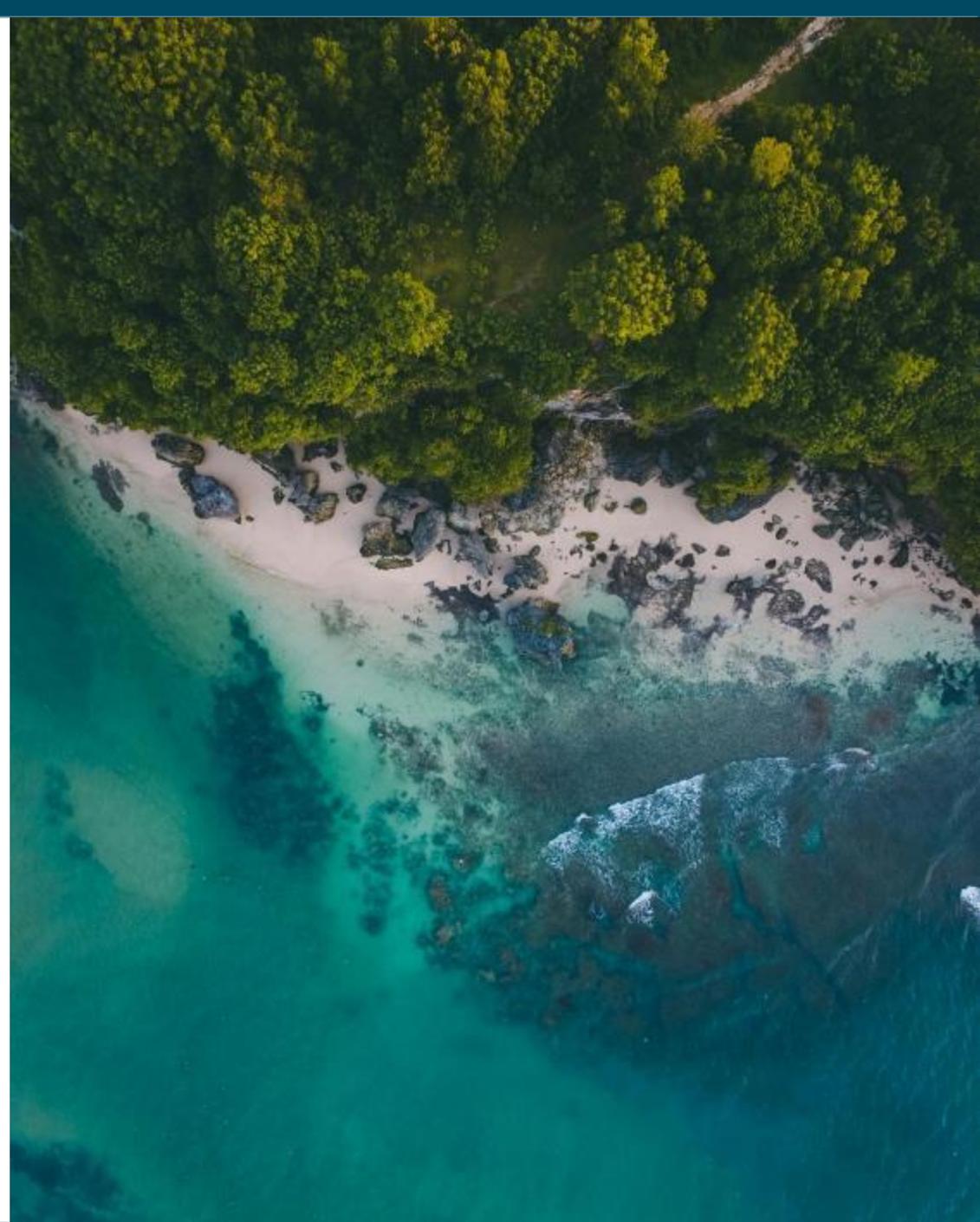


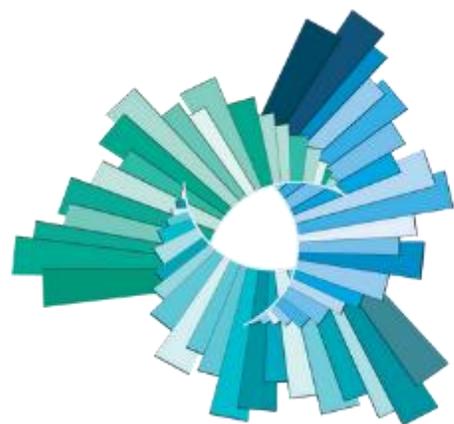
**Hamburg**  
Tourist Board



# Inhalt

- 1 GDS-Index Übersicht
- 2 Ergebnisse und Benchmarking
- 3 Empfehlungen und Best Practice
- 4 Fragen und Ideen





GLOBAL  
**DESTINATION  
SUSTAINABILITY  
MOVEMENT**

## Vision

---

Wir stellen uns blühende Orte und Gemeinschaften vor, die durch regenerativen Tourismus und Veranstaltungen angetrieben werden.

## Mission

---

Wir befähigen Menschen durch Denkweisen, Fähigkeiten und Werkzeuge dazu, regenerative Destinationen zu schaffen, als Orte zum reisen, leben und für Meetings & Conventions.

Unsere Services



### GDS-Index

Benchmarking von Destinationen und Datenauswertung zur Steigerung von Performance und Impact



### GDS-Consulting

Beratung bei Strategien, Ausrichtung der Kommunikation und Innovation für Destinationen und MICE (für die Visitor Economy)



### GDS-Akademie

Ausbildung und Entwicklung von Changemakern



### GDS-Forum

Aufbau einer dynamischen, kollaborativen globalen Gemeinschaft



### GDS-Einblicke

Erforschung von Trends, um die neuesten Praktiken aufzudecken und zu definieren

Das weltweit führende Programm zum Benchmarking und zur Beschleunigung der Nachhaltigkeitsaktivitäten von städtischen Tourismus- und MICE-Destinationen.

Benchmarking von ca. 100 Destinationen im Jahr 2024



100+ destinations

# GDS-Index: Was ist der Benchmark für uns?



- Klima, Energie und Emissionen
- Kreislaufwirtschaft und Abfall
- Wasser
- Luftqualität
- Transport
- Biodiversität

## Umweltperformance der Stadt



- Ausrichtung nach den SDGs
- Korruption
- Diversität, Gleichstellung und Inklusion
- Gesundheit, Sicherheit und Wellness
- Barrierefreiheit
- Bürgerbeteiligung
- Finanzierungsinstrumente

## Soziale Performance der Stadt



- Hotels
- Flughafen
- Event und Kongressagenturen (PCOs & DMCs)
- Restaurants
- Veranstaltungsorte, Kongresszentren
- Besucher Attraktionen
- Akademisches Angebot

## Supplier Performance



- Destinationsstrategie
- Governance und Berichterstattung
- Managementsystem und Zertifizierung
- Training & Weiterbildung
- Messen, Monitoring und Berichterstattung
- Marketing und Kommunikation
- Klimaschutzmassnahmen

## Destination Management



Mitgestaltet von Destinationen für Destinationen

77 qualitative und quantitative Kriterien

Angelehnt an die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (UN SDGs) und die GSTC- Destinationskriterien.

Für weitere Informationen: [www.gds.earth/index](http://www.gds.earth/index)

# 2024 GDS-Index Veränderungen





GLOBAL  
DESTINATION  
SUSTAINABILITY  
MOVEMENT

# Ergebnisse

Wie hat die Destination Hamburg  
dieses Jahr **abgeschnitten**?

Wie kann die Destination Hamburg  
**sich verbessern**?



# The 2024 Top Destinations

	2024	2023
<b>Helsinki*</b> 1	<b>92.43</b>	90.49
<b>Gothenburg</b> 2	<b>90.83</b>	94.64
<b>Copenhagen*</b> 3	<b>88.19</b>	91.73
Bergen 4	<b>86.49</b>	90.15
Aarhus 5	<b>85.68</b>	88.64
Bordeaux 6	<b>83.37</b>	87.10
Singapore* 7	<b>83.37</b>	81.83
Oslo* 8	<b>83.26</b>	92.46
Belfast* 9	<b>83.14</b>	86.40
Sydney 10	<b>83.13</b>	77.21

	2024	2023
Aalborg 11	<b>82.98</b>	87.70
Glasgow 12	<b>81.88</b>	87.47
Zurich 13	<b>81.08</b>	84.35
Bilbao 14	<b>80.27</b>	78.83
Lyon 15	<b>80.16</b>	82.85
Goyang 16	<b>78.90</b>	82.66
Reykjavik* 17	<b>78.28</b>	
Middelfart 18	<b>77.80</b>	82.16
Kerry 19	<b>77.65</b>	80.61
Paris* 20	<b>77.24</b>	80.12

	2024	2023
Cork 21	<b>77.18</b>	77.86
Victoria 22	<b>77.17</b>	66.15
Tampere 23	<b>76.96</b>	78.33
Melbourne 24	<b>76.61</b>	77.53
Galway 25	<b>76.06</b>	71.85
Berlin* 26	<b>75.92</b>	76.69
Tirol 27	<b>75.80</b>	82.53
Clare 28	<b>75.77</b>	72.01
Dublin* 29	<b>75.69</b>	63.89
Stockholm* 30	<b>75.57</b>	86.74

	2024	2023
Barcelona 31	<b>75.57</b>	74.52
Svendborg 32	<b>75.52</b>	77.06
Brisbane 33	<b>75.23</b>	73.07
Songkhla 34	<b>74.89</b>	79.56
Faroe Islands 35	<b>74.88</b>	77.31
Montreal 36	<b>74.54</b>	75.12
Quebec City 37	<b>73.74</b>	64.43
Limerick 38	<b>73.51</b>	71.39
Horsens 39	<b>73.06</b>	62.03
Odense 40	<b>72.87</b>	79.94

\*Capital Cities

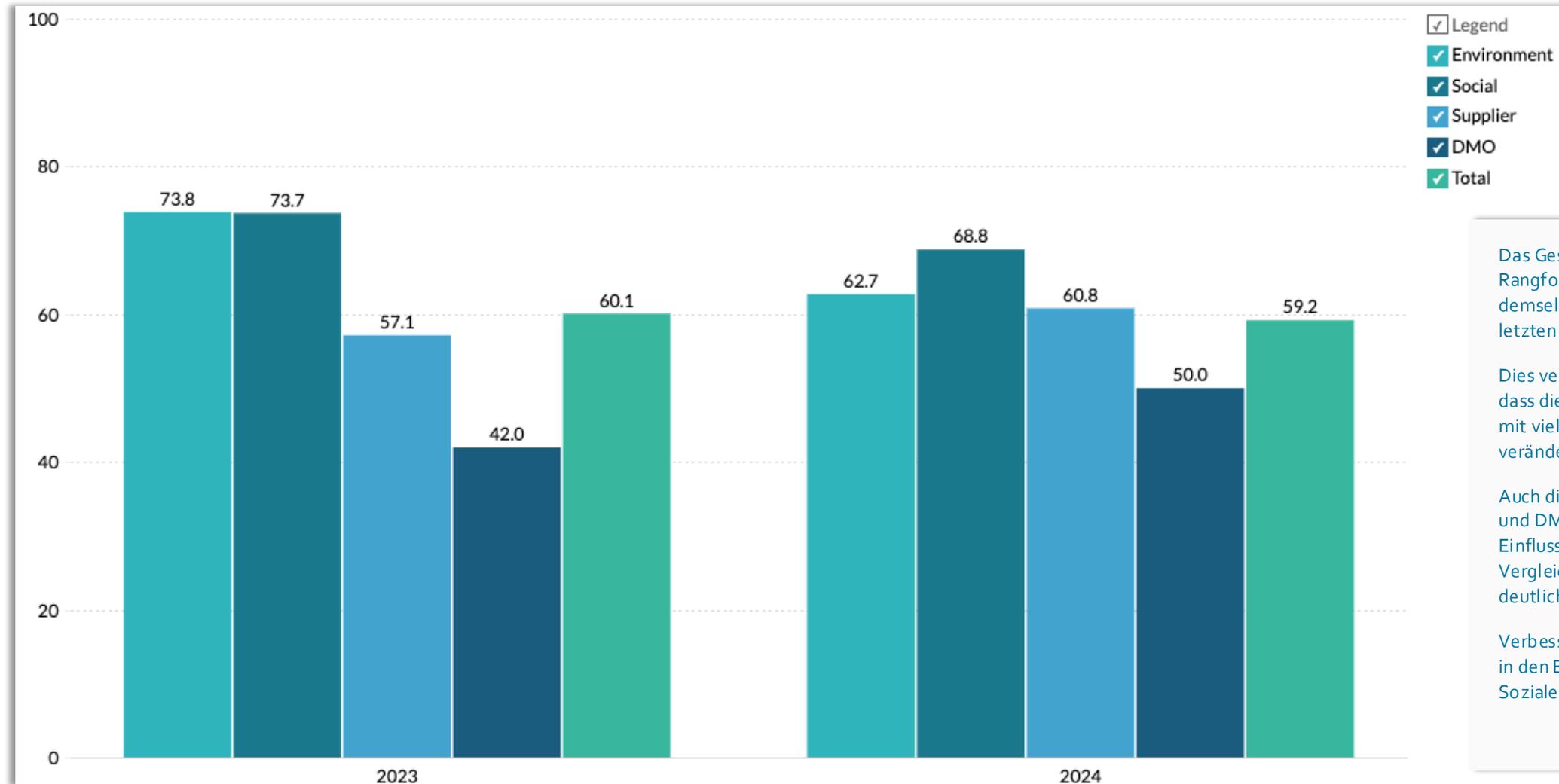
# Driving performance



In den letzten neun Jahren haben wir einen Anstieg der durchschnittlichen Leistung aller Destinationen um 23 % beobachtet, mit einem bemerkenswerten Anstieg von 44 % in den Top 10



# Hamburgs Ergebnis



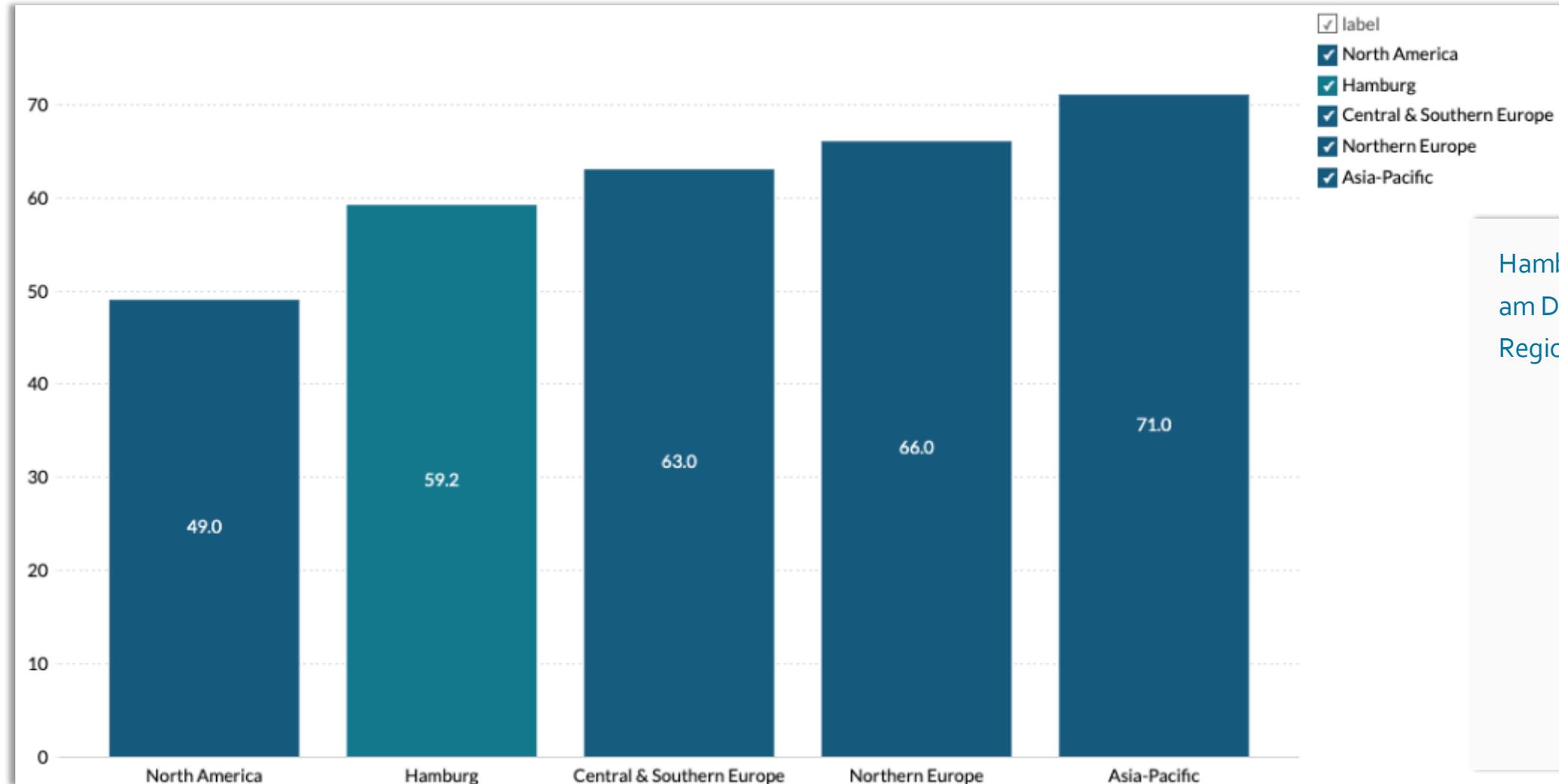
Das Gesamtergebnis (und die Rangfolge) sind auf demselben Niveau wie im letzten Jahr geblieben.

Dies verdeckt die Tatsache, dass dies in einem Jahr war mit vielen neuen und veränderten Kriterien.

Auch die Kategorien Supplier und DMO, auf die HHT mehr Einfluss hat, haben sich im Vergleich zum letzten Jahr deutlich verbessert.

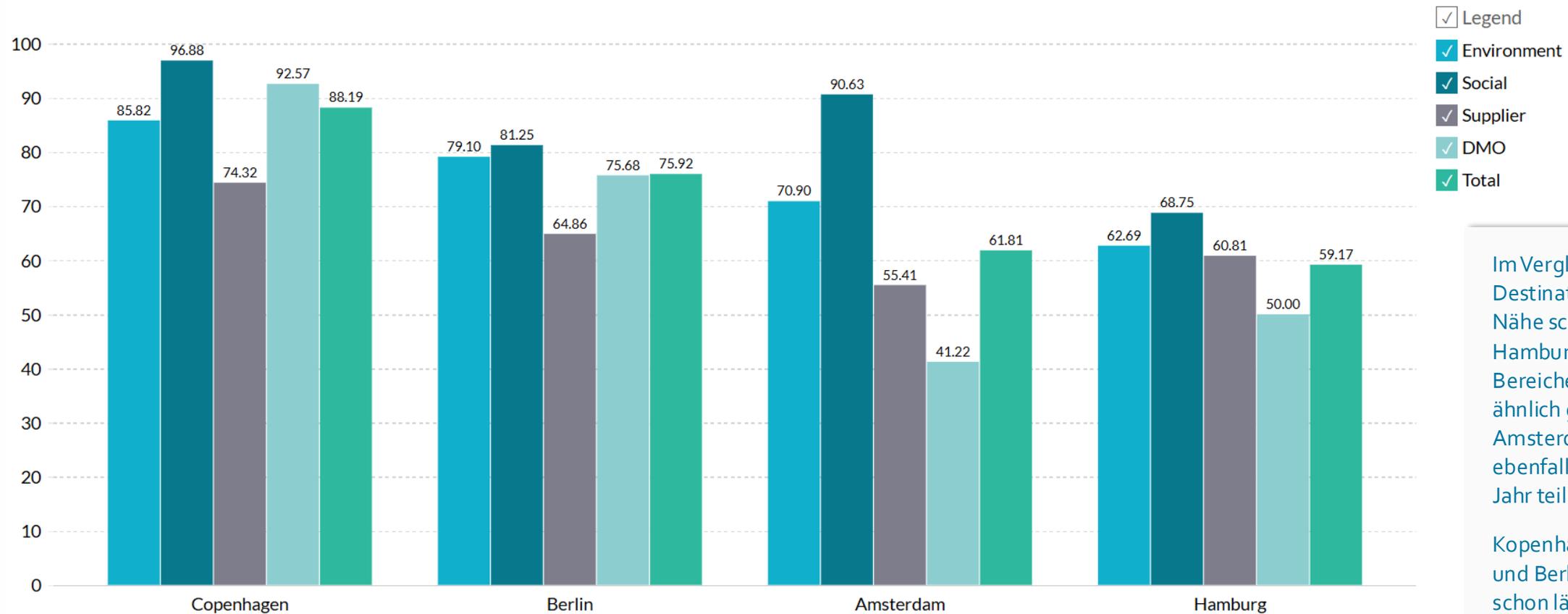
Verbesserungsmöglichkeiten in den Bereichen Umwelt und Soziales

# Vergleich mit den Regionen



Hamburg liegt nahe am Durchschnitt der Region Mitteleuropa.

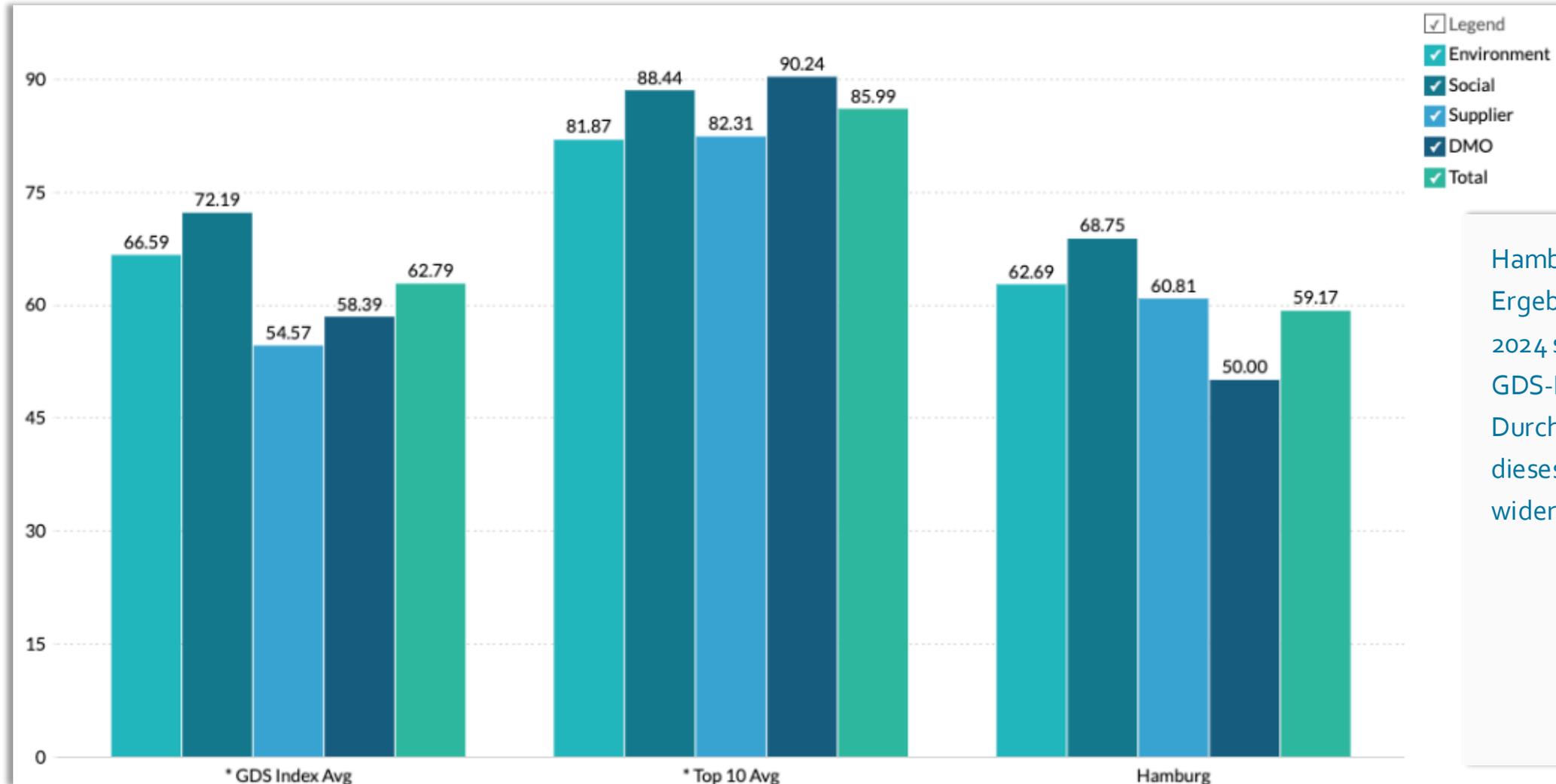
# Ergebnis gegenüber Destinationen in Ihrer Nähe



Im Vergleich zu Destinationen in der Nähe schneidet Hamburg in den meisten Bereichen (außer SO) ähnlich gut ab wie Amsterdam, das ebenfalls im zweiten Jahr teilnimmt.

Kopenhagen (Platz 3) und Berlin nehmen schon länger an dem Index teil, was sich häufig in den SU- und DM-Ergebnissen widerspiegelt.

# Ergebnis im Vergleich zum Durchschnitt von 2024



Hamburgs Ergebnisse im Jahr 2024 spiegeln den GDS-Index-Durchschnitt für dieses Jahr sehr gut wider.

# Umwelt Performance



## Highlights

- Weiterhin gutes Ergebnis für den Anfang
- Guter Klimaplan zur CO<sub>2</sub>-Neutralität bis 2045, bisher aber ohne expliziten Bezug zu Tourismus und MICE
- Strategie zur Förderung der Mobilitätswende (ÖPNV, zu Fuß und mit dem Rad)
- Biodiversitäts-Strategie der Stadt

## Verbesserungspotential

- Klimaanpassungs-Strategie der Stadt
- Verbrauch von Energie aus erneuerbaren Quellen
- Klare Strategie für die Kreislaufwirtschaft
- Pro-Kopf-Aufkommen an Siedlungsabfällen
- Klimaschutzmaßnahmen für Tourismus und MICE auf Sektorebene



- Klima, Energie und Emissionen
- Kreislaufwirtschaft und Abfall
- Wasser
- Luftqualität
- Transport
- Biodiversität

Umweltperformance der Stadt



20 Kriterien

62.7%

# Soziale Performance



## Highlights

- Generell gutes Abschneiden Deutschlands bei den Messungen des 'Social Progress Index' (5 Kriterien)
- Erste Umfrage zur Stimmung der Einwohner
- Reduzierung der negativen Einflüsse auf die Zugänglichkeit von Wohnungen für Einwohner aufgrund von touristischen Vermietungen

## Verbesserungspotential

- Der Krisenmanagementplan der Stadt könnte ausdrücklich Tourismus und Veranstaltungen berücksichtigen
- Beteiligung von Bürger:innen zu Themen der Tourismusedwicklung könnte erweitert werden



- Ausrichtung auf die SDGs
- Korruption
- Diversität, Gleichstellung und Inklusion
- Gesundheit, Sicherheit und Wellness
- Barrierefreiheit
- Bürgerbeteiligung
- Finanzierungsinstrumente

Soziale Performance  
der Stadt



12 Kriterien

68.8%

# Performance der Tourismusbetriebe



## Highlights

- Starker Anstieg des Anteils von zertifizierten Hotelzimmern (von 28% auf 52%)
- Guter Start zur Förderung von Unternehmen Klimamaschutzmaßnahmen durchzuführen (z. B. Elf zu Null, Green Events Siegel).
- Deutlich verbesserte Informationen zur Nachhaltigkeit für Unternehmen auf der Hansen-Website
- Die Zusammenarbeit mit Unternehmen durch Veranstaltungen, z. B. dem Open Mouth Festival und der EM, insbesondere im Bereich der nachhaltigen Lebensmittel- und Abfallbewirtschaftung

## Verbesserungspotential

- Erhöhung der Anzahl von Zertifikaten bei Tourismusunternehmen, (z. B. den Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungsorten, Agenturen)
- Weiterentwicklung der Unterstützung von Tourismusunternehmen, um die Nachhaltigkeitsperformance zu steigern
- Ausbau von Kooperationen mit Partnern in Hamburg, die bereits Unterstützung für Tourismusbetriebe anbieten



- Hotels
- Flughafen
- Agenturen (PCOs & DMCs)
- Restaurants
- Veranstaltungsorte, Kongresszentren
- Akademien

Anbieter  
Performance



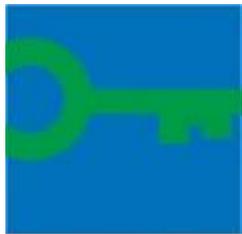
16 Kriterien

60.8%

# Zertifizierungen und Standards



Folgende Zertifizierungen werden zum Beispiel für den GDS- Index akzeptiert



Green Key



EARTHCHECK



- Lokale, regionale und internationale Standards werden akzeptiert, aber müssen
- Zertifiziert werden durch unabhängige Dritte
  - Mindestens mit Umweltfragen befassen, aber idealerweise auch sozial-kulturelle Aspekte berücksichtigen
  - Standards in der Entwicklung und Überarbeitung erfüllen
  - Erwartung, dass die wichtigsten Zertifizierungsprogramme die Anforderungen der Richtlinie über Nachweisbarkeit und Kommunikation umweltbezogener Produktangaben („Green Claims Directive“) erfüllen werden

# Destinationsmanagement Performance



## Highlights

- Ansprechendere und prägnantere Version der Nachhaltigkeitsstrategie
- Super Start für die Arbeit im Bereich Impact und Legacy für MICE
- Kongressförderung mit Selbstverständnis zu Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeitskommunikation B2C an Besucher:innen, z.B. durch Herausstellung nachhaltiger Angebote, Kampagnen

## Verbesserungspotential

- Aktualisierung der bestehenden Nachhaltigkeitsstrategie für Tourismus in Hamburg, Maßnahmenplan mit spezifischen Zielen, KPIs, und umfassende Konsultation der Interessengruppen.
- Entwicklung eines systematischen Ansatzes für das Monitoring und regelmäßiger Ergebnisbericht
- Betriebliche Klimamaschutzmassnahmen
- Programm für Diversität, Gleichstellung und Inklusion auf Destinationsebene, das über die Kommunikation mit dem Besucher hinausgeht



- Destinations Strategie
- Governance und Berichterstattung
- Managementsystem und Zertifizierung
- Weiterbildung
- Messen, Monitoring und Berichterstattung
- Marketing und Kommunikation

### Destination Management



29 Kriterien

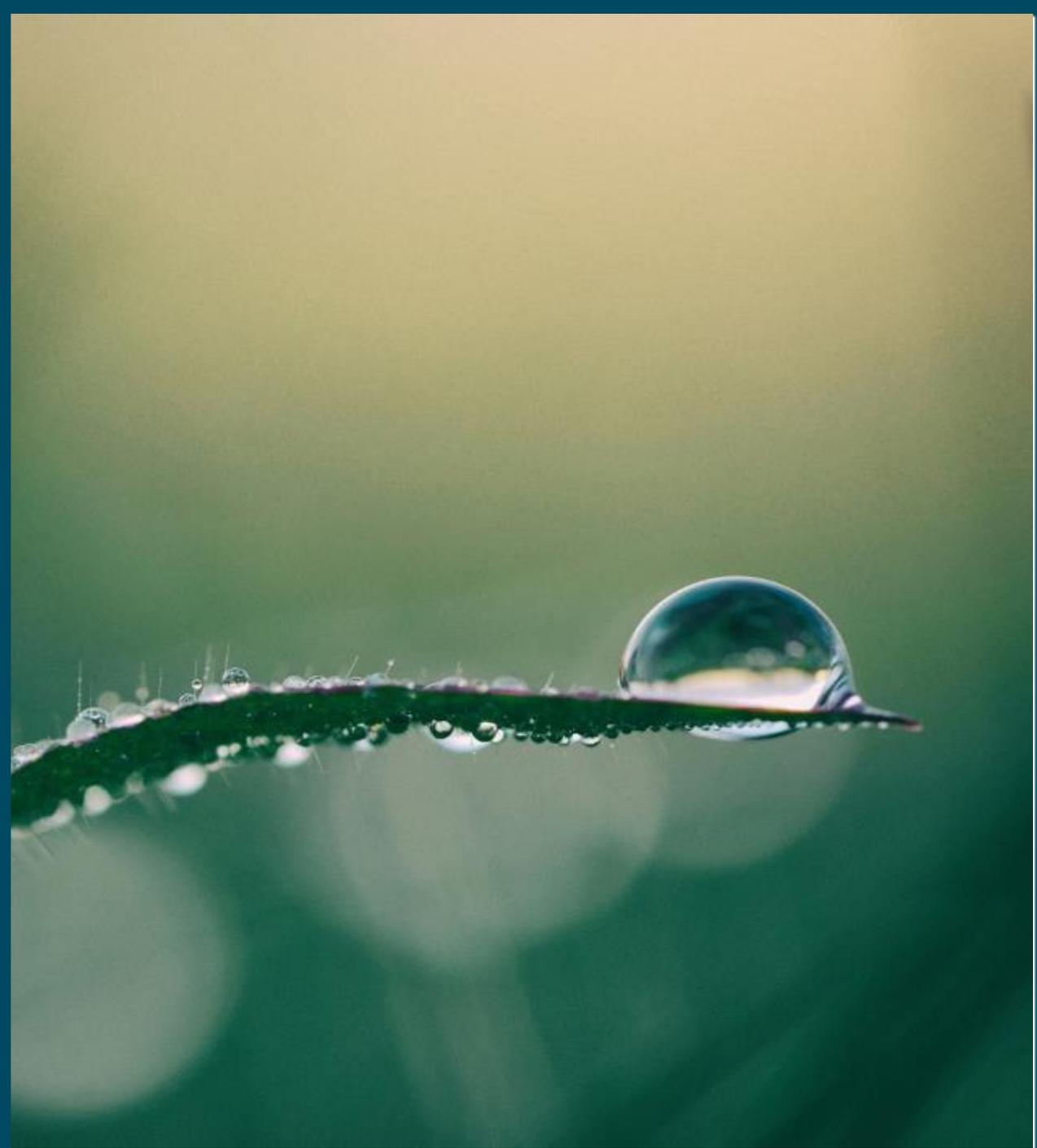
50%



GLOBAL  
DESTINATION  
SUSTAINABILITY  
MOVEMENT

# Empfehlungen

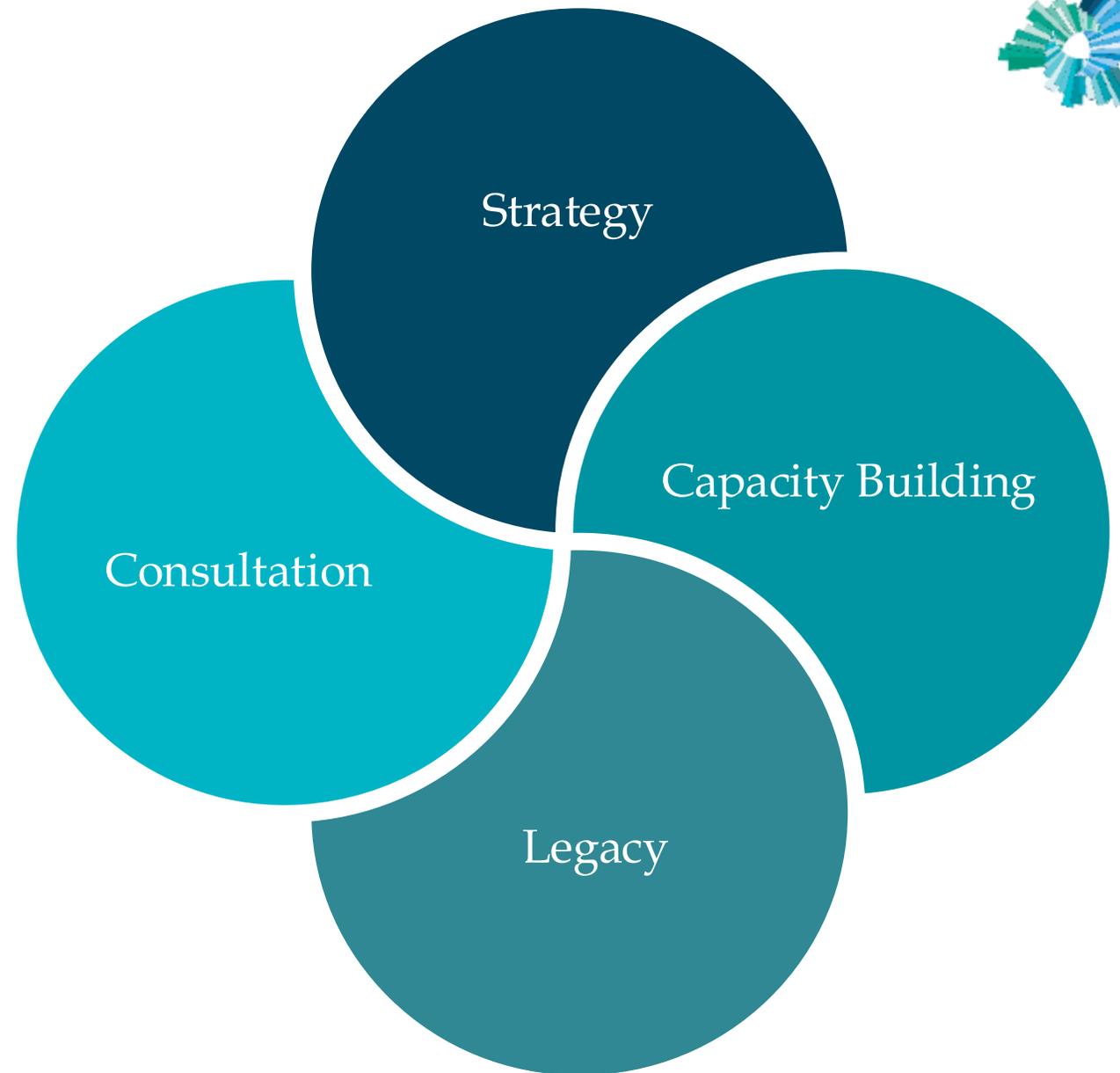
Was kann Hamburg tun, um die  
Nachhaltigkeitsleistung und das  
GDS-Index-Ranking zu  
verbessern?





# Empfehlungen für Hamburg

Die Empfehlungen konzentrieren sich auf die folgenden Bereiche und auf kurzfristige Maßnahmen, die einen unmittelbaren Nutzen bringen können



# Empfehlungen: Strategischer Ansatz



## Strategie

- Es ist gut zu sehen, dass der strategische Ansatz von HHT zur Förderung der Nachhaltigkeit kürzlich aktualisiert wurde.
- Empfehlung einer wesentlich gründlicheren und umfassenderen Überprüfung **und Entwicklung einer neuen Nachhaltigkeitsstrategie** oder deren Einbettung in die Gesamtstrategie
- Bringen Sie die **sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Aspekte** in Ihrer Strategie deutlicher zum Ausdruck, indem Sie Wirkungsziele, KPIs und einen Maßnahmenplan festlegen, mit Schwerpunkt auf Tourismus und Veranstaltungen in Hamburg
- Prüfung von Möglichkeiten zur **Einbeziehung von Interessengruppen** in die Aktualisierung der Strategie
- Einführung eines **Systems zur Messung und Monitoring** der ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen und Leistungen von Tourismus und Events, das auf eine neue Strategie abgestimmt ist.

## Klimamaßnahmen

- Ein guter Anfang für die Unterstützung von Lieferanten bei der Durchführung von Klimaschutzmaßnahmen. Darauf kann in Zukunft definitiv aufgebaut und erweitert werden
- Als DMO kann die **HHT mit gutem Beispiel vorangehen**, indem sie als Organisation Klimaschutzmaßnahmen ergreift, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck misst, Ziele und einen Klimaschutzplan festlegt und interne Kapazitäten aufbaut.
- Es besteht eine gute Gelegenheit, mit den Partnern der Stadt zusammenzuarbeiten, um die **Auswirkungen des Sektors auf das Klima** zu berücksichtigen und einen klaren Maßnahmenplan aufzustellen, wie Tourismus und Events die Klimaziele der Stadt am besten unterstützen können

## Diversität, Gleichstellung und Inklusion (DEI)

- Es ist großartig, dass das HHT Teammitglieder hat, die sich für Barrierefreiheit und LGBTQAI+ engagieren, und eine klare Kommunikation mit den Besuchern zu diesem Thema hat.
- Empfehlung, einen **übergreifenden Ansatz für Diversität, Gleichstellung und Inklusion** zu entwickeln, der die breite Palette von Inklusionsaspekten abdeckt, das **Engagement, Maßnahmenplan für die Organisation, die Messung und Berichterstattung** sowie den Kapazitätsaufbau des internen Teams festlegt.

# Helsinki: Sustainability Strategy



DM-1

## Need:

To support the long-term development of the tourism and events sectors in Helsinki promoting the vitality and wellbeing of tourists, visitors, event visitors, local businesses and other key stakeholders.

## Solution:

Helsinki Tourism and Events programme 2022-2026 has been created including the 3 strategic goals around promoting Helsinki as an attractive and smart destination for tourism and events making sure it is a pioneer and provider of sustainable solutions.

## Outcome:

Helsinki tourism and events programme 2022-2026 has been created guiding the strategic development of the city.

**More:** [https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Appendix-Measures-and-indicators\\_Tourism-and-Events-Programme.pdf](https://www.hel.fi/static/kanslia/elo/Appendix-Measures-and-indicators_Tourism-and-Events-Programme.pdf)



# Belfast: Stakeholder Engagement



## Need:

To plan widespread stakeholder consultation to develop the DMO's sustainability strategy.

## Solution:

Visit Belfast conducted a stakeholder consultation including key industry partners, visitors and event attendees to the destination, clients, key local government departments, local community, and residents. The consultation involved a mix of 121 interviews, focus groups, surveys, and desk research.

## Outcome / Impact:

The results of the consultation shaped the Strategy "New Horizons for Belfast City Region City Region 2024-2027"

<https://visitbelfastpartners.com/app/uploads/2024/05/Visit-Belfast-Tourism-Strategy-New-Horizons-for-Belfast-City-Region.pdf>

DM-5



• Contributor: [Claudia Bustinza | Date added: [20/08/24]

# Helsinki: DEI Action Plan



## Need:

To foster a workplace culture in the City of Helsinki that is inclusive, fair, and free from discrimination, ensuring that all employees feel valued and respected.

## Solution:

The City of Helsinki implemented the DEI Action Plan, outlining concrete actions to promote diversity, prevent discrimination, and ensure equal opportunities for all employees.

## Outcome:

The plan has strengthened the city's commitment to equity, creating a more supportive and inclusive work environment that enhances employee well-being and organizational effectiveness.

**More:** [https://stplattaproduct.blob.core.windows.net/strategiatalousprod/Equality\\_and\\_non-discrimination\\_plan\\_for\\_the\\_personnel\\_of\\_the\\_City\\_of\\_Helsinki\\_2022-2025\\_\(2\).pdf](https://stplattaproduct.blob.core.windows.net/strategiatalousprod/Equality_and_non-discrimination_plan_for_the_personnel_of_the_City_of_Helsinki_2022-2025_(2).pdf)

## DM-9



# Destination Toronto: Relax, Recharge, Renew



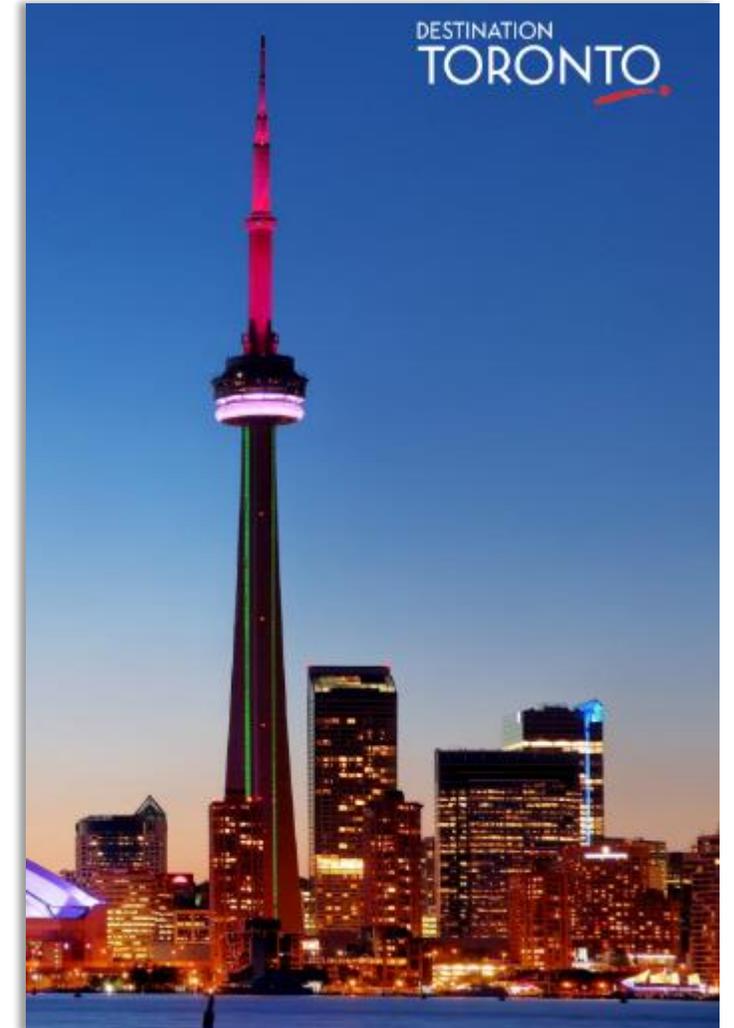
## Challenge:

A social responsibility offering well-deserved respite to local parents and primary caregivers of children with complex special needs.

## Solution:

Supported by donations from Toronto's tourism community, the programme acknowledges the transformative power of rest and provides an opportunity for hospitality partners to give back to the local community. This program offers complimentary weekend getaway packages for caregivers, allowing them to experience the best of Toronto.

**More:** <https://www.destinationtoronto.com/about-us/community-impact/relax-recharge-renew/>



# Empfehlung: Aus- & Weiterbildung



## Intern

- Guter Start für die Sensibilisierung und den **Kapazitätsaufbau** der HHT-Mitarbeiter im letzten Jahr
- Dies könnte **in Zukunft ausgeweitet und formalisiert werden**, um regelmäßige Fortbildungsmöglichkeiten für das Personal zu gewährleisten, die sich auch an neue Mitarbeiter richten und ein breites Spektrum von Aspekten wie Klimawandel, DEI usw. abdecken.

## Supplier

- Großartige Leistung, dass mehr als 50 % der Hotelzimmer 3rd-Party-zertifiziert sind, jetzt kann Hamburg 70 % anstreben 😊
- Möglichkeiten erkunden mit **Attraktionen** zusammen zu arbeiten, um die **Zertifizierungsrate zu erhöhen**, und auch weiter mit Veranstaltungsagenturen zusammenarbeiten, um die Zertifizierungsrate zu verbessern
- Weiterer **Ausbau der Kommunikation mit den Suppliern** und Entwicklung und/oder Förderung einer **Reihe von Instrumenten und Schulungen für die Supplier**, um ihre Nachhaltigkeit zu verbessern; Erwägung einer **Konsultation**, um festzustellen, wo sie am meisten Unterstützung benötigen

## DEI

- Schulungen für Mitarbeiter (intern) und die Partner (extern) zu den verschiedensten Aspekten der **Diversität, Gleichstellung und Inklusion**
- Entwicklung von **Best Practices, Leitfäden, und Tools** für die Tourismusfamilie

# Quebec City: Comprehensive Tools for the Sustainability Transition



## Challenge:

Support the region's tourism businesses in the shift towards more sustainable and responsible practices.

## Solution:

Destination Quebec Cite developed a web page with resources for all types of tourism businesses.

**Outcome:** The web page provides comprehensive tools to help increase tourism business' sustainability performance, including those for restaurateurs, hoteliers, and events.

**More:** <https://www.quebec-cite.com/fr/a-propos/outils-programmes-virage-durable>

québec la Capitale

THE CITY WHAT TO DO RESTAURANTS

## Tools and programs to initiate a sustainable shift



# Bordeaux: Best Practice Exchange Workshops

## Challenge:

Educate on and encourage the sharing of ideas and experiences to build better practises in local biodiversity, carbon footprint calculation, solidarity, accessibility, responsible purchasing and more to motivate, support, and even scale the transition towards sustainable business

## Solution:

Bordeaux Tourism and Congress hosted awareness-raising events for 45 local professionals with a range of practical activities, tools, plans, projects, and networks they could use for more sustainable development.

**Outcomes:** Report (in French) <https://www.calameo.com/bordeaux-tourisme-congres/read/0053657520a7974710d81>

**More:** <https://agora-tourism-bordeaux.com/exchanges-of-good-practices/>

The events: <https://agora-tourism-bordeaux.com/exchanges-of-good-practices/>

DM-18 / SU



# Porto: Tourism Quality Jobs Awareness Campaign



SU-16

## Issue:

The Tourism labor market is not inclusive due to a lack of opportunities to connect interested parties.

## Solution:

Porto City Council hosted four Meet Ups for the tourism sector, focusing on employability, including debate on inclusive employability, in partnership with Bolsa de Empregabilidade.

## More:

<https://www.porto.pt/pt/noticia/municipio-organiza-meet-up-para-o-turismo-com-debate-sobre-empregabilidade-inclusiva>

**Meet-up Porto** / Inspiring Recruitment in Tourism

**Empregabilidade Inclusiva**

**PROGRAMA**

- APPCDM PORTO E LISBOA, TESTEMUNHOS REAIS
- Diana Machado ASSOCIAÇÃO SALVADOR
- Bento Amaral PROJETO HUMANWINETV
- Sónia Fernandes PROJETO PISTA MÁGICA

Inscrições

26 de Março 2024  
17h-19h

Casa Comum  
Edifício da Reitoria  
da U. Porto

BOLSA DE EMPREGABILIDADE

Porto.

# Empfehlungen: Legacy and Consultation



## Legacy

- Super Engagement im Bereich Legacy und Impact
- Es wäre gut, ein formelleres **impact and legacy framework** mit entsprechenden Tools und Unterstützung für die Partner und Kunden zu entwickeln
- Fortlaufende **Schulung** der Kunden in Bezug auf **Impact & Legacy** von Veranstaltungen.
- Fortsetzung **der Entwicklung und Förderung von Partnerschaften**, um eine langfristige, positive Wirkung in der Destination zu schaffen.

## MICE

- Super Arbeit, die Nachhaltigkeit zu einer **Bedingung für die Kongressförderung** zu machen. Es wäre interessant, die Auswirkungen dieser Maßnahme in Zukunft zu messen.
- Großartige Arbeit bei der Weiterentwicklung des **Nachhaltigkeitsengagements mit und durch Veranstaltungen**, wie bei Open Mouth und der EM. Darauf sollte weiter aufgebaut werden.
- Weitere **Unterstützung** für Kunden und Anbieter von Veranstaltungen bei der **Organisation nachhaltiger Veranstaltungen durch Tools, Leitfäden und Workshops**.

## Consultation

- Sicherstellen, dass die **Industrie bei der Entwicklung zukünftiger Strategien** eingebunden wird, und die Einrichtung einer **Arbeitsgruppe für Nachhaltigkeit mit Vertretern aus der Industrie und anderen Bereichen** in Betracht ziehen
- Es wird interessant sein zu sehen, wie die Ergebnisse **der Umfrage zur Stimmung der Einwohner** werden. Empfohlen diese Umfragen regelmäßig durchzuführen und die Ergebnisse bei der Entwicklung von Indikatoren yuberücksichtigen
- Wie können **Einwohner regelmäßig in die Tourismusedwicklung einbezogen** und konsultiert werden, insbesondere bei Aktualisierungen der Strategie.

# IT'S SNOUT OR NEVER TO DRIVE SOCIAL IMPACT

## *Changing The Menu. For Good*



### Issue, challenge or need you were addressing?

- Huge volumes of food waste were being created by Belfast business events at a time when the number of people in the city struggling with food insecurity was rising and food banks were struggling to meet the demand

### The solution

Encourage business events and delegates to:

- Really consider the food and the quantities ordered for the event
- Encourage a donation to a local food bank or homeless charity to give back to local communities whilst visiting the city for their event

### The impact

- To date, we have raised £71 000 for food banks and homeless charities
- This is the equivalent of 58 196 meals delivered
- Changed the narrative around surplus food at an event
- Raised awareness of the issues that our local communities are facing

### Challenges and learnings

- Governance issues around who holds the money
- Putting a spotlight on the growing issue of homelessness and food insecurity across Belfast and Northern Ireland
- The power of collaboration



# Quebec: Business Events Local Impact Guide



## Challenge:

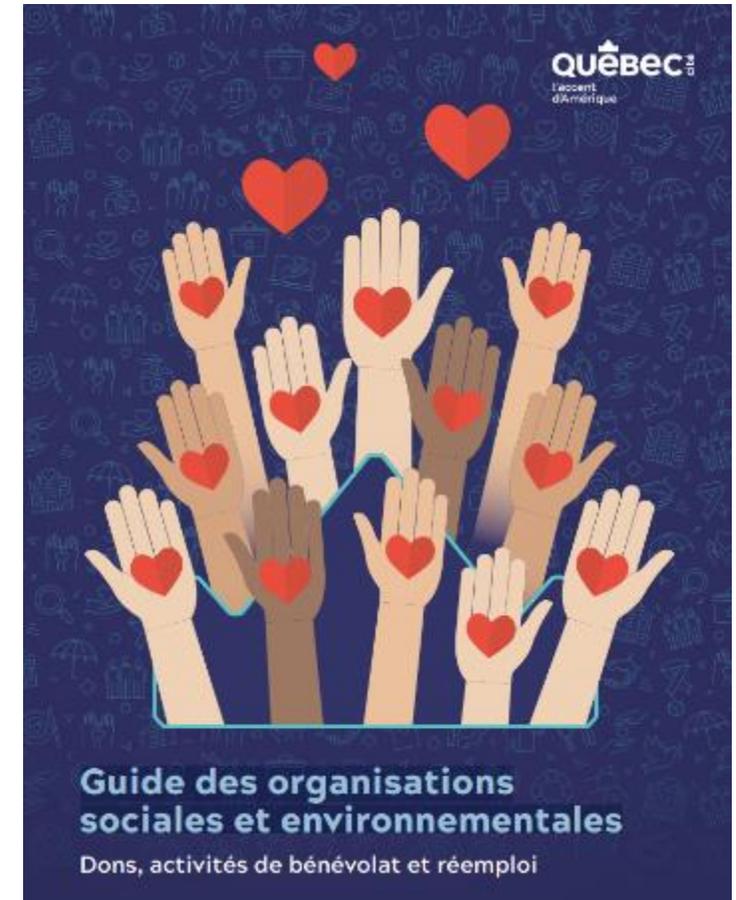
Include local organisations and communities in the benefits and communications around events.

## Solution:

A guide for events agencies to reduce their environmental footprint and improve their social footprint while ensuring economic benefits for organisations working with local communities. The guide has a directory of local organisations and explores, and how events organisations can volunteer or make financial contributions to them.

More: [https://www.quebec-cite.com/sites/otq/files/media/document/Guide\\_dons.pdf](https://www.quebec-cite.com/sites/otq/files/media/document/Guide_dons.pdf)

DM-28



# Copenhagen: Legacy Lab – Client Tools



DM-29

## Issue / Challenge / Need:

Copenhagen are one of the pioneering legacy destinations. In 2017, Copenhagen recognised that many association congresses were creating long term outcomes (impact) that were addressing societal challenges.

## Solution:

In response, they worked with association stakeholders to develop their Legacy Lab. An legacy framework, client tools, and guidance of how to create impactful congresses. Since 2017, the Legacy Lab has had further iterations, and they now offer a suite of supporting materials for event organisers

## Outcome / Impact:

Legacy Lab Tools & Resources

More: <https://www.wonderfulcopenhagen.com/convention-bureau/copenhagen-legacy-lab/toolbox>



# Helsinki: Accessibility Storytelling

DM-10/24



## Challenge

To promote Helsinki as a more accessible destination.

## Solution:

Through a first-person stories of a wheelchair user, the website gives information about the accessibility of different sites in Helsinki.

## Outcome:

This storytelling strategy has enhanced Helsinki's reputation as a more inclusive destination, encouraging a greater diversity of visitors.

**More:** <https://www.myhelsinki.fi/en/see-and-do/sights/accessible-helsinki-lots-to-see-and-experience>



# Fragen? Ideen?



# Danke!

Join a dynamic community of changemakers

Email: [info@gds.earth](mailto:info@gds.earth)

Web: [www.gds.earth](http://www.gds.earth)

LinkedIn: [bit.ly/GDSM](https://bit.ly/GDSM) LinkedIn

YouTube: [@GDS-Movement](https://www.youtube.com/@GDS-Movement)



GLOBAL  
DESTINATION  
SUSTAINABILITY  
MOVEMENT

