

Leitfaden und praktische Tipps für

# *Nachhaltigkeit*

im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern



# Inhaltsverzeichnis

- Nachhaltigkeit im Tourismus ..... 3
- Ökologische Nachhaltigkeit ..... 6**
  - Umweltschutz und Biodiversität ..... 6
  - Mobilität ..... 8
  - Abfallmanagement ..... 10
  - Bau und Renovierung ..... 14
- Ökonomische Nachhaltigkeit ..... 18**
  - Energiemanagement ..... 18
  - Wassermanagement ..... 22
  - Regionalität ..... 24
- Soziale Nachhaltigkeit ..... 28**
  - Beschäftigungsqualität ..... 28
  - Kultur und Identität ..... 34
  - Barrierefreiheit und Inklusion ..... 36
- Management ..... 40**
  - Nachhaltige Kommunikation ..... 40
  - Nachhaltigkeitsleitbild ..... 42
  - Nachhaltiges Destinationsmanagement ..... 43
  - Zertifikate für nachhaltigen Tourismus ..... 44
- Ansprechpartner\*innen ..... 46**

# Nachhaltigkeit im Tourismus

## Das Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern ist...

### ... Freiraum in der Landschaft.

Die weiten Landschaften, die unverbaute Ostseeküste und zahlreiche Seen sowie ein dichtes Netz von Wasserstraßen laden dazu ein, sich und die Gedanken treiben zu lassen.

### ... Freiraum in den Menschen selbst.

Wenn sie sich hier erholen, bewegen und wertvolle Erfahrungen sammeln.

## » Der Markenkern des Urlaubslandes MV ist Freiraum.

Grundlage für das besondere Urlaubsgefühl in MV ist die einzigartige Landschaft und wir Menschen, die hier leben. Als Gastgeber\*innen tun wir alles dafür, dass die Menschen ihren ersehnten Freiraum finden und sorgenfrei genießen können: mit individuellen und typisch regionalen Angeboten sowie einer touristischen Infrastruktur, jenseits von Massentourismus. Es geht nicht darum, wie viel wir unseren Gästen bieten, sondern um die Qualität der einzelnen Erlebnisse, die zusammengenommen den Freiraum und damit die individuelle Erholung wertvoll machen. **Nachhaltigkeit in Ökologie, Ökonomie und Sozialem ist dabei essenziell.** Und nur ein gemeinsames Bewusstsein und Handeln führt zum Erfolg. Dabei soll dieser Leitfaden helfen.

Unsere drei Markenwerte geben Orientierung für unser Handeln:

### ✓ Freiraum teilen

Wir teilen den Freiraum und achten dabei auf ein ausgewogenes Miteinander.

### ✓ Freiraum schaffen

Wir machen den Freiraum zugänglich und lassen neuen Freiraum entstehen.

### ✓ Freiraum bewahren

Wir wissen, dass Freiraum kostbar und nur begrenzt verfügbar ist. Deshalb gehen wir besonders achtsam damit um.



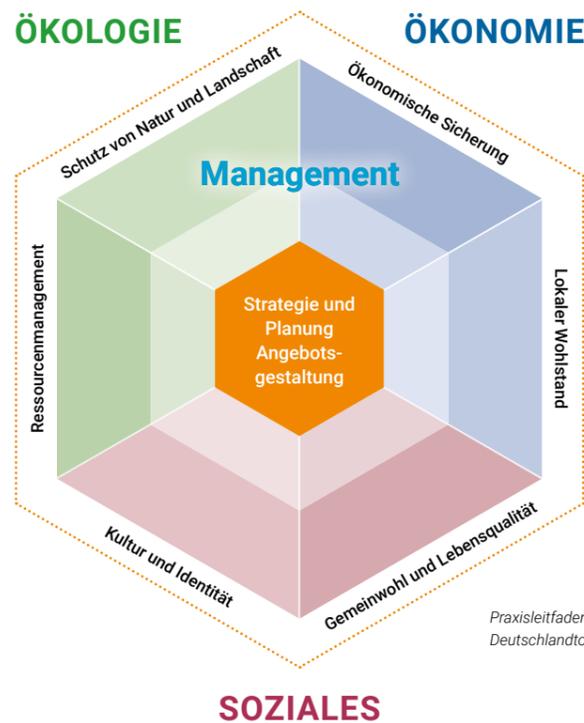


Foto: TMV/Gämsicke

### Was bedeutet Nachhaltigkeit?

Nachhaltigkeit ist ein umfassendes Querschnittsthema und betrifft alle Bereiche unserer täglichen Arbeit. Jede\*r kann und sollte ein eigenes Verständnis dafür entwickeln, welche Aspekte für sie oder ihn Nachhaltigkeit ausmachen. Grundsätzlich geht es um die Sicherung der Grundlagen für den zukunftsfähigen Fortbestand unserer Gesellschaft sowie einer lebenswerten Welt für künftige Generationen.

Für Betriebe bedeutet nachhaltiges Wirtschaften einen verantwortungsvollen Umgang mit der Welt und ihren Ressourcen sowie allen beteiligten Akteuren und Akteurinnen. Der Tourismus als einer der größten Wirtschaftssektoren des Urlaubslandes Mecklenburg-Vorpommern spielt dabei eine signifikante Rolle. Der Tourismus ist Mitverursacher und gleichzeitig Betroffener des Klimawandels. Deshalb erfordert die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus eine ganzheitliche Betrachtung, die sich aus den drei Nachhaltigkeitsdimensionen ableiten lässt: **Ökologie**, **Ökonomie** und **Soziales**. Diese drei Dimensionen werden in unserem Leitfaden ergänzt durch das gesamtstrategische **Management**.



Praxisleitfaden »Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus« (DTV, BTE)

### Nachhaltiger Tourismus

Nachhaltiger Tourismus wird auch als **sanfter, intelligenter Tourismus** oder als **Tourismus mit Verantwortung** bezeichnet. Er erfüllt nicht nur die Bedürfnisse der Tourist\*innen und Einwohner\*innen, sondern nutzt Ressourcen auf eine Weise, die wirtschaftlichen, sozialen und ästhetischen Bedürfnissen entspricht und gleichzeitig kulturelle Integrität, ökologische Prozesse und Biodiversität berücksichtigt.

Eine intakte Natur und Landschaft ist für attraktive touristische Erlebnisse die Basis, die durch bewusstes Reise- und Freizeitverhalten gefördert wird. Die politischen und institutionellen Instanzen der Destination können mit günstigen Rahmenbedingungen und Strategien den Grundstein für die nachhaltige Entwicklung einer Tourismusregion legen. Auch die Vernetzung mit Leistungsträger\*innen vor Ort fördert die Umsetzung entsprechender Maßnahmen. Das Konzept gilt für alle Formen des Tourismus, für Nischenprodukte und touristische Großprojekte.

Die Relevanz von nachhaltigem Tourismus wird vor allem in folgenden sechs Aspekten deutlich: Klimateffekte, Luft- und Gewässerverschmutzung, Flächenverbrauch und Landschaftsveränderung, Biodiversität und kulturelle Integrität. Bei An- und Abreise wird viel CO<sub>2</sub> ausgestoßen. Auch viele weitere Elemente des Reisens verursachen Luftverschmutzung, Schadstoffe in Wasser und Boden oder Lärmbelästigung für Bevölkerung und Tierwelt. Wasser übt eine besondere Anziehung auf Reisende aus, umso gravierender ist seine Verschmutzung und Knappheit für den Tourismus. Touristische Infrastruktur benötigt viel Platz, der Bau von Gebäuden und befestigten Wegen führt zu Bodenversiegelung – mit negativen Auswirkungen auf das Mikro- sowie Gesamtklima. Wohnraumknappheit und Preisexplosionen erschweren das Leben der einheimischen Bevölkerung, durch deren Wegzug Authentizität verloren geht. Eine touristische Destination ist besonders attraktiv, wenn sie als authentisches kulturelles Erlebnis erfahrbar ist: Grundlage ist der Schutz und Erhalt der Traditionen der Region. Legen touristische Akteure und Akteurinnen großen Wert auf heimische Produkte und Dienstleistungen direkt vor Ort, schafft das Arbeitsplätze und sozialverträgliche Arbeitsbedingungen.

Ob nachhaltig oder nicht – touristische Produkte entstehen durch Bündelung von Teilleistungen. Bei der Konzeption eines nachhaltigen Produktes

ist auf die Auswirkungen auf Natur und Umwelt, Kultur und Wirtschaft zu achten. Dabei helfen das Vermeidungs- und das Verursacherprinzip: Bei dem einen werden negative Folgen durch Alternativen vermieden. Beim anderen die Auswirkungen weitestgehend durch die Verursacher\*innen (also Anbieter\*innen und Kund\*innen) getragen und damit die gesellschaftlichen Kosten der Umweltbelastung verringert.

#### Vorteile eines nachhaltigen Betriebes

- Energie- und Wasserkosten, finanzielle Ressourcen einsparen
- mit hohem Qualitätsanspruch die Aufenthaltsqualität für Gäste erhöhen
- neue Kundengruppen ansprechen und gewinnen
- dem wachsenden Nachhaltigkeitsbewusstsein der Gesellschaft folgen
- durch den Einsatz regionaler Produkte und Leistungen die Wirtschaft vor Ort stärken
- die Arbeitsqualität und Mitarbeiterbindung verbessern
- das Image des Unternehmens für neue Mitarbeitende verbessern
- sich von der Konkurrenz abheben
- wettbewerbs- und zukunftsfähig bleiben
- sich aktiv für die Umwelt einsetzen und gegen den Klimawandel vorgehen

Viele Unternehmen und Akteure und Akteurinnen haben die Notwendigkeit der Nachhaltigkeit erkannt und wollen mehr Verantwortung übernehmen. Um Ihnen Informationen an die Hand zu geben, erste einfache Schritte aufzuzeigen und die Umsetzung erster Maßnahmen zu erleichtern, haben wir diesen Leitfaden entwickelt und hoffen, Ihnen damit den vielfältigen Mehrwert einer nachhaltigen Unternehmensführung zu verdeutlichen. Der Leitfaden mit seinen Informationen, Checklisten, schnellen Maßnahmen, Best-Practice-Beispielen sowie Ansprechpartner\*innen ist ein Einstieg in einen nachhaltigen touristischen Betrieb und in den nachhaltigen Qualitätstourismus im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern.



## Checkliste

### Naturnah gestalten

- Blühwiesen statt pflegeintensiver Rasenflächen anlegen (Teilflächen sind ein Beginn)
- heimische Kräuter, Gemüse- und Obstsorten anbauen und nutzen
- naturnahe Hecken und Zäune errichten

### Tierwelt schützen

- Insekten, Vögel und Fledermäuse schützen

# Umweltschutz und Biodiversität

**T**ourismus beeinflusst unsere Umwelt, Natur und Landschaft. Das Ausmaß hängt wesentlich von der Art und Intensität der touristischen Nutzung sowie der Sensibilität der Ökosysteme ab. Dazu sind fundierte Kenntnisse über die Biotope und das Landschaftsbild der Destination mit ihrem Umfeld unerlässlich. Aber auch Inspirationen und Ideen können uns dabei helfen, ökologisch verantwortungsbewusst zu handeln. Wir Touristiker\*innen können durch gezielte Kommunikation und das Management von touristischen Aktivitäten unseren Einfluss auf Umwelt, Natur und Landschaft im Sinne ökologischer Nachhaltigkeit positiv steuern und gestalten.

Der erste Schritt ist, dass wir uns der positiven und negativen Auswirkungen von Tourismus bewusst sind und nachhaltige wie praktikable Ideen entwickeln – zum Nutzen der Umwelt und zum Vorteil von Gästen, Mitarbeitenden und Unternehmen. So ist zum Beispiel eine naturnahe Gestaltung – die Wildblumenwiese anstelle eines Steingartens, die gut kommuniziert, benannt und erklärt ist – eine einfache, sinnvolle Maßnahme. Die gezielte Inszenierung von Biodiversität schafft besondere Gästeerlebnisse und zeigt gleichzeitig die Wertschätzung von Naturvielfalt.

Der Beitrag zum Erhalt der natürlichen Umwelt und Artenvielfalt hat viele Vorteile: So stehen naturnahe Anlagen für einen zukunftsorientierten Betrieb, der verantwortungsvoll mit Mensch und Umwelt umgeht. Sie steigern das Wohlbefinden der Gäste und nicht zuletzt die Kreativität und Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden. Ein positives Image nach innen wie außen entsteht. Naturerlebnisangebote, geeignete Kommunikationsmittel sowie eine sanfte Lenkung der Besucher\*innen sensibilisieren Gäste und Einheimische für den Schutz von Gebieten und Arten. Sie motivieren zu einem naturverträglichen Reise- und Freizeitverhalten.

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, ist die Zusammenarbeit von Tourismus und Fachleuten für Natur, Landschaft und Baukultur

essenziell – insbesondere in Destinationen mit hoher natürlicher Attraktivität. So können touristische Potenziale erkannt und erschlossen sowie Nutzungskonflikte vermieden bzw. minimiert werden. Der aktive Einsatz für Umweltschutz und Artenvielfalt ist in vielen Dimensionen eine Investition in die nahe Zukunft und eine attraktive Visitenkarte für touristische Unternehmen in MV.

### Schnelle Maßnahmen

#### Die Waldaktie

**Bäume und Wälder sind für das Klima essenziell, denn sie nehmen das Treibhausgas CO<sub>2</sub> auf und setzen Sauerstoff frei. In MV können Unternehmen durch den Kauf von Waldaktien einen freiwilligen Beitrag zum Klimaschutz und zum Erhalt der Biodiversität leisten. Die Waldaktie ist ein Ökowertpapier, mit dem neue Wälder in MV angepflanzt werden.**

Mehr Infos → [ecolando.de](http://ecolando.de)

- Flächen, Gärten und Balkons ganzjährig tierfreundlich gestalten und nutzen
- in Kooperation mit heimischen Imker\*innen Bienen auf dem Hoteldach ansiedeln und eigenen Honig anbieten

### Erlebnisse und Events ökologisch ausrichten

- Maßnahmen zur Müllvermeidung und -entsorgung ergreifen (z. B. Einwegprodukte vermeiden)
- bei Veranstaltungen nachhaltige sanitäre Einrichtungen zur Verfügung stellen (z. B. Trockentoiletten, biologische Seifen, Recyclingpapier)
- auf Spezialeffekte verzichten, die Lärm verursachen und die Umwelt schädigen (z. B. Pyrotechnik, Feuerwerk)

- Besucher\*innen ganzheitlich und gezielt lenken (z. B. einheitliche touristische Wegeführungen installieren, Größe von Reisegruppen beschränken, mit zugelassenen Reiseführer\*innen kooperieren)

- Besucherströme aufzeichnen und analysieren

### Mit Kommunikation sensibilisieren

- Biodiversität durch Angebote und Kommunikationsmittel erlebbar machen und erklären (z. B. Flyer zum Biotop vor der eigenen Haustür)
- Reisende bewusst für Naturschutzregelungen sensibilisieren (z. B. Informationsmaterial regionaler Schutzgebiete auslegen)

- gezielte (keinesfalls belehrende) Kommunikationsstrategien entwickeln, um Gäste zu motivieren, sich (auch) für Natur und Umwelt zu engagieren

### Mit Fachwelt kooperieren

- aktiv für den Schutz von Ökosystemen und gefährdeten Tier- und Pflanzenarten einsetzen
- mit kommunalen Behörden und Umweltverbänden zusammenarbeiten
- Fachstellen für Natur, Landschaft und Baukultur (besonders bei neuen Projekten) konsultieren und einbeziehen
- sich auf den Websites von Naturschutz- und Umweltverbänden (z. B. NABU) über regionale/lokale Initiativen und Ideen informieren



### Best Practice

#### Biohotels MV

**Inspirationen zur Umsetzung konkreter Maßnahmen finden Sie bei den Biohotels MV, die sich eine Lebensart im Einklang mit der Natur und der Umwelt auf die Fahnen geschrieben haben.**

Ihr Leitbild ist geprägt von Gesundheit und Natur als den höchsten Gütern und der Verantwortung gegenüber Umwelt und Kultur, mit denen es behutsam umzugehen gilt: Eine umweltschonende und -schützende Lebensweise ist Grundlage für das Konzept. Biohotels bieten ökologisch vertretbare Produkte und Dienstleistungen an, dabei stehen ökologische Kriterien gleichberechtigt neben ökonomischen Überlegungen.

Mehr Infos → [biohotels-mv.de](http://biohotels-mv.de)



Ruheinseln zum Entspannen im liebevoll angelegten Garten des Ginkgo Mare Bio-Hotels in Prerow.

# Mobilität

**N**achhaltige Mobilität ist eine Aufgabe für den modernen Tourismus, denn sie ist eine zentrale Stellschraube für mehr Klimaschutz: Ca. 5 Prozent aller klimaschädlichen Emissionen weltweit entstehen durch den Tourismus. Den größten Einfluss haben dabei die An- und Abreise, die touristische Mobilität vor Ort und insbesondere die Wahl des Verkehrsmittels. Wenn wir über Mobilität reden, reden wir auch über unser eigenes Verhalten sowie das unserer Mitarbeitenden und Lieferanten.

Eine zentrale Herausforderung für den Erfolg von Mobilitätskonzepten stellt die sogenannte »letzte Meile« dar, also die Strecke vom regionalen Bahnhof oder Flughafen bis zum tatsächlichen Reiseziel, wie der Unterkunft oder dem Ausflugsziel. Wir können unsere Gäste vor allem durch umfassende Kommunikation dabei unterstützen, eine



Foto: AdobeStock.com/Enclero

nachhaltige Reise zu planen und umweltfreundlich unterwegs zu sein, z. B. durch lückenlose Informationen für eine umweltschonende An- und Abreise und die Bewegungen vor Ort während des Aufenthalts. Dabei gilt es, nachhaltige Mobilität touristisch zu veredeln: Gäste entscheiden sich eher für eine umweltfreundliche Reise, wenn es die Aufenthaltsqualität nicht einschränkt und ihre Bedürfnisse unkompliziert und sicher berücksichtigt sind.

Fotos: AdobeStock.com/GermanBus Winterbilder - AdobeStock.com/JFSpic



Foto: TMW/Tiemann

## Checkliste



### Gäste umfassend informieren

- »ÖPNV first«: auf der Website an prominenter und erster Stelle die Anreise mit Bus und Bahn anzeigen (z. B. auf [bahn.de](http://bahn.de) verlinken)
- Rad- und Wandertouren in der Region vorschlagen (z. B. auf der eigenen Website, [tmv.de/tourenempfehlungen](http://tmv.de/tourenempfehlungen))
- über Mobilitätsangebote vor Ort intuitiv und übersichtlich informieren (z. B. Fahrradverleih, Busanbindung, Mitfahrplattform)
- gezielt Freizeitangebote und Sehenswürdigkeiten empfehlen, die zu Fuß, mit dem Fahrrad oder ÖPNV erreichbar sind (z. B. geführte Radtouren, Stadtspaziergänge)
- Fahrpläne und Hinweise zu nahe gelegenen Haltstellen aushängen
- Termine und Treffpunkte bewusst auf den ÖPNV abstimmen

### Bedürfnisse der Gäste erfüllen

- Abhol- und Bringservice anbieten (z. B. vom/zum Bahnhof bzw. Bushaltestelle)
- mit Kolleg\*innen im Bereich Transfer zusammenarbeiten
- Mobilitätskarten oder ÖPNV-Tickets offerieren
- Ladestationen für Elektrofahrzeuge

### Anreize und Impulse setzen

- Möglichkeiten zur CO<sub>2</sub>-Kompensation anbieten (z. B. durch Ökowertpapiere wie die Waldaktie [ecolando.de](http://ecolando.de))
- Anreizsysteme entwickeln (z. B. Vergünstigungen auf den Aufenthalt / das Reisepaket bei Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln anbieten)

### Mitarbeitende für sanfte Mobilität sensibilisieren

- Mitarbeitende im regionalen Tarifsystem schulen (für die Gäste-Auskunft, aber auch die eigene Nutzung des ÖPNV)
- Mitarbeitenden Zuschüsse für ÖPNV-Tickets oder (E-)Fahrräder anbieten

### Nachhaltig agieren

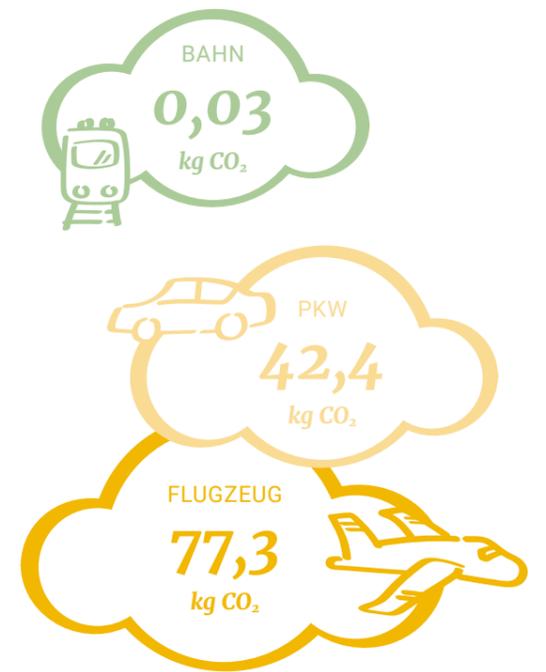
- die eigene Flotte auf Fahrrad und/oder E-Auto umstellen
- mit weniger Lieferanten zusammenarbeiten und damit Anfahrtswege und Mobilität zulasten der Umwelt verringern



### Schnelle Maßnahmen

#### Ladestation für E-Bikes

Bieten Sie Ihren Gästen eine Ladestation für die Akkus von E-Bikes an. So können Gäste das Auto öfter stehen lassen und reisen vielleicht sogar gleich im Zug mit ihrem Fahrrad an. Sollten Sie nicht die Möglichkeit dazu haben, informieren Sie über Standorte und Lademöglichkeiten in der Nähe.



CO<sub>2</sub>-Fußabdruck der Anreise von Berlin nach Rostock: Vergleich Pkw und Bahn, [umweltmobilcheck.de](http://umweltmobilcheck.de): Berlin-Rostock.

# Abfallmanagement

**I**st das Müll – oder kann das weg? Abfälle sind ein sensibles Thema. Eine effektive nachhaltige Abfallwirtschaft schont nicht nur natürliche Ressourcen und vermindert damit Emissionen, sondern sie spart auch Kosten ein. Abfallmanagement bezeichnet die Organisation und Bewirtschaftung des Abfallkreislaufs in Unternehmen mit dem Ziel der Vermeidung, des Recyclings, der Verwertung und Beseitigung von Abfällen nach gesetzlichen Vorgaben und den Regeln der Nachhaltigkeit.

Der Sektor mit einem sehr großen Bedarf und Potenzial in der Abfallreduktion ist das Gastgewerbe: Hier werden bis zu 60 Prozent der eingekauften Lebensmittel wieder entsorgt – bedenklich nicht nur aus ökonomischer, sondern auch aus ethischer Sicht.

»Die beste Lösung besteht allerdings darin, Lebensmittelabfälle gar nicht erst entstehen zu lassen. Zwei Kategorien von Abfällen lassen sich unterscheiden: Lebensmittel, die noch gegessen, wiederverwendet oder weitergereicht werden können (sofern in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Regelungen), und nicht-essbare Lebensmittelabfälle, die zur weiteren Verwendung als Kompost, Energie- oder Wärmequelle dienen. Die Entsorgung der Lebensmittel auf einer Müllhalde ist die am wenigsten attraktive Option.«

Lund-Durlacher, D.; Fritz, K.; Antonschmidt, H. (2016): Handbuch Sustainable Food – Nachhaltige Kulinarik in Hotellerie und Gastronomie. Berlin: Futouris e. V., S. 30.

In allen Sektoren gilt: Vermeidung von Abfall bietet das größte Einsparpotenzial, Entsorgung ist der letzte Ausweg. Damit ein Abfallmanagement erfolgreich umgesetzt werden kann, sollten wir alle Mitarbeitenden in den Prozess mit einbeziehen. Stellen Sie gemeinsam Maßnahmen und Strategien zum Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln zusammen und nehmen Sie sich schrittweise alle Bereiche in Ihrem Unternehmen vor. Kommunizieren Sie gesetzte Ziele transparent – im Team und auch an die Gäste, um das Bewusstsein zu erhöhen und das Verhalten zu ändern.

Das von Futouris e. V. herausgegebene Handbuch für ein nachhaltiges Speisen- und Getränkeangebot in der Hotellerie und Gastronomie zeigt die betrieblichen Einsparmöglichkeiten anhand einer »Hierarchie der Lebensmittelabfälle« auf:



Schnelle Maßnahmen

## Plastikfreie Stadt

Plastikfreie Alternativen für Ihr Unternehmen sowie Unterstützung, Beratung und Lösungen, um Ihren Plastikkonsum langfristig zu reduzieren, finden Sie durch Anregungen und Impulse der Initiative plastikfreie Stadt aus Rostock.

Mehr Infos

➔ [plastikfreiestadt.org](http://plastikfreiestadt.org)

Ein nachhaltiges Abfallmanagement lässt sich durch verschiedene Maßnahmen realisieren. Bei der Identifizierung von Einsparmöglichkeiten in den verschiedenen betrieblichen Bereichen hilft eine umfassende Erfassung der Abfälle. Durch eine konsequente Trennung des Abfalls können Materialien recycelt und in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt werden. Verpackungsmüll stellt einen großen Anteil des Abfalls und besteht überwiegend aus Kunststoff-Einwegverpackungen. Hier bietet sich enormes Potenzial, Müll zu vermeiden. Das Wiederverwenden ist eine wichtige und effektive Maßnahme. Getränke und Speisen zum Mitnehmen werden noch viel zu oft in Kunststoffbehälter abgefüllt, bei Veranstaltungen wird häufig Einweggeschirr eingesetzt. Der Umstieg auf Mehrweg- und Pfandlösungen reduziert nicht nur den Abfall, sondern kann sich auch finanziell lohnen. Ein optimiertes Einkaufsmanagement und eine gezieltere Planung besonders in der Gastronomie verhindern effektiv das Verderben von Lebensmitteln. Alle Maßnahmen haben mindestens zwei nachhaltige Vorteile: Sie schonen unsere Umwelt und senken unsere Kosten.



Mehrwegbecher der Bernsteinbäder auf Usedom

Schnelle Maßnahmen

## Plastikfreies Hotel

Soll Ihr Hotel plastikfrei, mindestens aber plastikarm werden? Das neue Toolkit von Tourythm berät Sie in Ihren Bemühungen von der Idee bis zur Umsetzung eines Hotels ohne Plastik. Experten unterstützen Sie bei der Sensibilisierung Ihrer Mitarbeitenden, bei der Messung und Bewertung des tatsächlichen Plastikverbrauchs, sie bieten Hinweise und Begleitung zur Auswahl bestmöglicher und rechtlich anerkannter Alternativen und beraten Sie in der Kommunikation Ihres Engagements innerhalb Ihres Nachhaltigkeitsprofils.

Mehr Infos

➔ Toolkit für Hoteliers: Wie wird Ihr Hotel plastikfrei?

Best Practice

## Mehrweggeschirr

Auch Destination Management Organisations (DMOs) können sich dafür einsetzen, dass Einweggeschirr und kurzlebige Verbrauchsmaterialien abgeschafft werden, indem sie Mehrweglösungen anbieten. Ein schönes Beispiel geben die Bernsteinbäder auf Usedom: Die Kurbetriebe der Bernsteinbäder haben Mehrwegbecher angeschafft, die bei öffentlichen Veranstaltungen genutzt werden. Außerdem können Unternehmen in den Orten sich diese für eigene Veranstaltungen ausleihen.



Foto: Rohalm

Best Practice

### Plastikfreie Strohhalme

**Vier Nachhaltigkeitsargumente auf einen Halm:** Die (übrigens geschmacksneutralen) Strohhalme von Rohalm aus Roggentin bestehen aus komplett nachhaltigen und schnell nachwachsenden natürlichen Rohstoffen wie Schilf, Gras und Reis, kommen aus der Region und sind zu 100 Prozent biologisch abbaubar sowie zum Teil wiederverwendbar. Die Halme aus Schilf sind spülmaschinenfest und 100-mal verwendbar, die aus Reis sogar essbar!

Mehr Infos → [rohalm.com](http://rohalm.com)

## Checkliste

### Bewusster Umgang mit Abfall

- Abfälle in allen Bereichen erfassen (wo, wann, warum und wie viel produziert wird)
- auf eine konsequente Mülltrennung achten
- Abfalleimer und Mülltonnen ausreichend und gut kennzeichnen
- Sondermüll bei speziellen Entsorgungseinrichtungen entsorgen (z. B. Wertstoffhöfen)
- Anreizsysteme etablieren (z. B. interne Wettbewerbe für minimale Abfallverursachung)

### Mehrweg statt Einweg und Plastik

- Mehrweg- und Pfandsysteme einführen (z. B. mit Anbietern wie [ReCup/ReBowl](#), [FairCup/FairBowl](#), [Vytal](#))
- auf Mehrweglösungen umsteigen (z. B. durch lokal/regional gemeinsam genutztes ausleihbares Mehrweggeschirr)
- auf Einweggeschirr und Portionsverpackungen verzichten (z. B. Buffetplatten oder Mehrweggläser zur Selbstbedienung für Butter, Kaffeesahne, Marmelade & Co. verwenden)
- wiederverwendbare Strohhalme aus natürlichen Rohstoffen wie Schilf beziehen (z. B. bei [Rohalm](#) aus Roggentin)

- nachhaltige ökologisch faire Gastro- und Hotelausstattung erwerben (z. B. bei [Tutaka](#), einem Marktplatz für Gastgeber\*innen aus Hotellerie, Gastronomie und Veranstaltungsbranche, die nachhaltig einkaufen möchten)
- nachfüllbare Spender einführen (z. B. als Alternative zu einzelverpackten Seifen, Duschgels und Shampoos)
- plastikfreie Alternativen finden (z. B. mit dem Toolkit für den plastikfreien Hotelbetrieb von [Tourythm](#), durch Anregungen der [Initiative plastikfreie Stadt](#))
- Verpackungsmüll (v. a. übermäßig verpackte Produkte) minimieren (dazu mit Lieferanten kooperieren)
- auf recyclebare und wiederverwendbare Materialien beim Verpacken setzen (z. B. Kartonage)
- gedrucktes Informationsmaterial vermeiden (z. B. auf persönliche Beratung und digitale Informationen wie Apps in Tourist-Informationen und an Rezeptionen setzen)
- für notwendige Flyer recyceltes/zertifiziertes Papier verwenden (z. B. mit [Blauem Engel](#) gekennzeichnet)
- Leitungswasser aufbereiten und in gebrandeten Mehrwegflaschen abfüllen



Foto: AdobeStock.com/NicksDesigns

### Keine Lebensmittelverschwendung

- Lebensmittel respektieren und aktiv deren Verschwendung vermeiden
- das Einkaufsmanagement optimieren (z. B. Mengen richtig bestimmen, Just-in-Time-Lieferungen)
- Speisenangebote durchdenken (z. B. Gerichte auf der Basis der Reservierungen und bekannten Essgewohnheiten der Gäste planen)
- das Verderben von Lebensmitteln vermeiden (z. B. First-in-first-out-Methode, um Vorräte fristgerecht zu verbrauchen, kleinere Mengen von Zutaten mit kurzer Haltbarkeit bzw. Zutaten mit langer Haltbarkeitsdauer verwenden)
- die Nutzung einzelner Zutaten maximieren (z. B. übrig gebliebene weiterverarbeiten)
- nicht verkaufte Speisen und Reste möglichst weiterverwenden bzw. weitergeben (z. B. vergünstigt via [Too Good To Go-App](#) verkaufen)

# Aus Alt mach Neu

Upcycling bei den Meeressternen auf Usedom

Foto: AdobeStock.com/Wilha3



### Was können wir daraus machen? Frische Ideen für die Nachhaltigkeitsagenda

Kiefernwälder, Feld und Wiese, Ostsee auf der einen Seite, Achterwasser auf der anderen. Das klingt idyllisch? Ist es auch! Und mittendrin liegen das *Hotel Forsthaus Damerow* und das *Ferienresort Damerow* in Koserow der mit dem [GreenSign Level 4](#) zertifizierten *Meeressterne*-Gruppe. Verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit begleiten das Unternehmen schon sehr lange – inzwischen geschieht das ganz bewusst.

### Doch was kann man noch tun?

Bei sechs Häusern und drei Restaurants auf Usedom fallen ständig Baureste, aussortierter Krempel und Abfall an. Wohin mit all den Matratzen, wenn die Zimmer neu bestückt werden? Wohin mit all den Lattenrosten, den Glasflaschen, dem Holz der vom Sturm zu Fall gebrachten Bäume? Fragen, mit denen sich das Unternehmen im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsagenda immer intensiver beschäftigte. So kam es, dass der Geschäftsführer Dr. Sven-Olaf Gerdt, selbst Nachhaltigkeitsökonom, 2021 nicht mehr fragte »Wohin damit?«, sondern »Was können wir daraus machen?«.

### Die Idee des unternehmenseigenen Upcycling-Teams war geboren.

Die Idee des unternehmenseigenen Upcycling-Teams war geboren. Doch neben dem Material braucht es auch Menschen, die ihr Geschick, Ideen und Visionen einbringen und umsetzen können. Mit Beatrice Tusiime und Enver Thurow im Team wurde aus der Idee Realität. Beatrice verwertet Stoffreste bei ihrem eigenen kleinen Modelabel, Tüftler und Bastler Enver liebt die Arbeit mit Holz. Tatkräftig von Sven-Olaf und der Haustechnik unterstützt, hat das Upcycling-Team mittlerweile eine Werkstatt in einem alten Bauwagen am *Forsthaus Damerow* stehen.

Hier werden aus ausrangierten Matratzen Sitzpolster hergestellt, aus ehemaligen Gardinen und Tischdecken Bezüge genäht, aus Glasflaschen Vasen und Lampen geschaffen, aus Holzresten und Paletten Sitzmöbel und Kommoden und aus Holz-Kabeltrommeln Tische für verschiedenste Anlässe gefertigt. Benötigt eines der *Meeressterne*-Häuser neue Ausstattung wie Besteckkästen oder Aufsteller, wird beim Upcycling-Team nachgefragt. Und so freut sich das neu eröffnete Restaurant *Weißes Schloß* auf dem Kulm in Heringsdorf über individuelle und vor allem nachhaltige Besteckbehälter für die große Sonnenterrasse. Das Upcycling-Team konnte schon eine Reihe von Projekten umsetzen: Die Aufgabe ist groß – viele weitere Ideen wollen verwirklicht werden.



Foto: Meeressterne GmbH

Alte Glasflasche umfunktioniert zum Besteckbehälter.

### Mehr Infos

- [urlaub-auf-usedom.de](http://urlaub-auf-usedom.de)
- [forsthaus-damerow.de](http://forsthaus-damerow.de)

Wer möchte auf so ein herrliches Fleckchen Erde verzichten? Schon deshalb befassen sich die *Meeressterne* auf Usedom seit langer Zeit mit dem Thema Nachhaltigkeit. Angefangen bei der Auswahl der Lieferant\*innen und Partner\*innen sowie Lebensmittelproduzent\*innen aus der Region, über nachhaltige Energiegewinnungsmöglichkeiten wie Photovoltaik und Geothermie, hin zu eigenen Bienenvölkern, Blühwiesen, Aufforstungsgebieten und einem familiären Miteinander im Team.

# Bau und Renovierung

**G**ebäude sind für rund 35 Prozent des Energieverbrauchs in Deutschland und jährlich ca. 120 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> verantwortlich: Die Reduzierung dieser Emissionen ist außerordentlich wichtig. Zudem werden in Gebäuden viele wertvolle Ressourcen und teilweise umweltschädliche Baustoffe verwendet. Nachhaltiges Bauen, Renovieren und Sanieren im Tourismus bedeutet eine Investition in die Zukunft – in jeder Hinsicht.

Sofern Sie einen Neu- oder Umbau bzw. eine umfangreiche Renovierung planen, stehen Gedanken über nachhaltige Möglichkeiten auf der Agenda: Dabei geht es um Energieeffizienz, ökologische Bauweisen und -stoffe sowie innovative Haustechnik, das heißt das zukunftsfähige Planen, (Um-)Bauen und Betreiben von Gebäuden auch im Tourismus.

Die Vorteile für touristische Unternehmen liegen auf der Hand. Sie können:

- + Fördermöglichkeiten nutzen (z. B. der KfW)
- + eine hohe Qualität der Bausubstanz erreichen
- + die Lebensdauer von Gebäuden erhöhen
- + ein gesundes Raumklima generieren
- + innovative Technik verbauen
- + Heiz- und Energiekosten optimieren
- + einen Mehrwert für Ihre Gäste und die Umwelt schaffen

Zudem müssen die energetischen Vorgaben für beheizte und klimatisierte Gebäude, wie sie im neuen Gebäudeenergiegesetz (GEG) festgelegt sind, beachtet werden. Das betrifft insbesondere die Mindestanforderungen an Neubauten sowie die Austausch- und Nachrüstverpflichtung bei der Erneuerung und Modernisierung.



Eine Photovoltaik-Anlage deckt den Strombedarf des Haffhus Ueckermünde.

## Schnelle Maßnahmen

### Energiekosten sparen mit dem Sanierungskonfigurator



Nutzen Sie das kostenfreie Online-Tool »Sanierungskonfigurator« des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz: Sie machen Angaben zum Ist-Zustand Ihres Gebäudes und wählen verschiedene Sanierungsmöglichkeiten. Das Tool beantwortet folgende Fragen: Welche Sanierungen führen zu welchen Energieersparnissen? Welche Kosten fallen für welche Maßnahmen an? Welche Maßnahmen fördert der Staat?

Mehr Infos  
➔ [sanierungskonfigurator.de](http://sanierungskonfigurator.de)



Die ökologisch nachhaltigen Lehmbauten im Wangeliner Garten sorgen ganzjährig für ein gesundes Wohnklima.

Fotos: AdobeStock.com/Maksym Yemelyanov - AdobeStock.com/Dule964

## Best Practice

### Lehmputz – die natürliche »Klimaanlage«

Wer bei Neubau und Renovierung die richtigen Materialien verwendet, hält das Raumklima das ganze Jahr über angenehm und gesund.

Zum Beispiel sorgt Lehmputz nicht nur für ein verbessertes Raumklima, er ist auch frei von Schadstoffen, sieht natürlich aus und lässt sich vielfältig auf der Wandoberfläche strukturieren.

Lehmbauten in konsequent ökologischer Bauweise und mannigfaltiger Gestaltung können Sie im Wangeliner Garten nahe Plau am See besichtigen und dort die Lehrwerkstatt und Lehmbauschule der Europäischen Bildungsstätte für Lehm besuchen.

Mehr Infos  
➔ [wangeliner-garten.de](http://wangeliner-garten.de)

## Checkliste

### Baustoffe und Materialien

- regionale, nachhaltige und recycelbare Materialien verbauen (z. B. FSC-zertifiziertes Holz)
- ökologische und schadstoffarme Baustoffe einsetzen (z. B. Naturdämmstoffe wie Lehmputz)
- umweltfreundliche und gesundheitsverträgliche Farben und Lacke verwenden (z. B. mit dem Umweltzeichen »Blauer Engel« gekennzeichnete Produkte)

### Umfeld und Umwelt

- lokale Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe beauftragen
- Barrierefreiheit mitdenken (s. Seite 36/37)

- Bedarfe von Rad- und Wandergästen beachten (z. B. sichere Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Raum zum Trocknen von Ausrüstung)
- Flächen und Gärten ganzjährig insektenfreundlich gestalten (s. Seite 6/7)
- grüne Dächer oder Vertikalbegrünung planen
- die Einheit von Bauwerk, Grundstück und Landschaftsraum im Auge behalten

### Energieeffizienz und innovative Haustechnik

- innovative wasser- und energiesparende Technologien nutzen (s. Seite 18-23)

- effiziente Wärmedämmung planen (inkl. dichter Fenster)
- Versorgungstechniken über- und Eigenversorgung bedenken (z. B. Wärmerückgewinnung aus Raumluft, Photovoltaik, thermische Solaranlagen, Geothermie)

### Expertise

- Fachstellen für Natur, Landschaft und Baukultur konsultieren und einbeziehen
- integral planen: frühzeitig mit den beteiligten Fachleuten abstimmen
- umfassend informieren (z. B. über das Informationsportal »Nachhaltiges Bauen« und im »Leitfaden Nachhaltiges Bauen« des BMI)

# Nachhaltigkeit: schön und komfortabel

100 Prozent fossilfreier Urlaub in nachhaltigen Ferienhäusern auf der Insel Usedom

Die Ferienhäuser *Strandweiss* und *Strandgrau* sollen ein Ort für die Zukunft sein. Die zwei ganz individuell geplanten, nachhaltigen Ferienhäuser der Familie Gerasch liegen in Zinnowitz auf der Insel Usedom. Das Design und die hochwertige Ausstattung zeigen Nachhaltigkeit von der schönen und komfortablen Seite. Zusammen mit der ökologischen Bauweise, der Wärmepumpe mit Photovoltaikanlage und der Elektroladestation gelingt die nachhaltige Ganzjahresvermietung.

## Was bedeutet Nachhaltigkeit für Sie?

[FAM. GERASCH]: Nachhaltigkeit bedeutet für uns sparsamer und sorgsamer Umgang mit den Ressourcen, die uns die Natur zur Verfügung stellt, um das Klima zu schützen und eine gesunde und lebenswerte Umwelt für unsere Nachkommen zu erhalten. Das betrifft alle Lebensbereiche und damit insbesondere auch das Reisen und Wohnen im Urlaub. Mobilität und Wohnen machen aktuell immerhin 55 Prozent des Energieverbrauchs in Deutschland aus.

wir die massiven Holzmöbel und Oberflächen geplant. Das ist ökologisch, langlebig und verzeiht auch mal einen Kratzer. Die großen überdachten Holzterrassen bieten robusten Sonnen- und Wetterschutz für gemütliche Stunden im Garten und lauschige Grillabende. Das gesamte Gebäude, die Außenanlagen und die Möbel wurden ausschließlich mit regionalen mittelständischen Handwerksbetrieben realisiert. Insbesondere unser regeneratives Technikkonzept ist zukunftsweisend für ein nachhaltiges Ferienhaus. In unseren Ferienhäusern kann man 100-prozentig fossilfrei Urlaub machen. Die Luftwärmepumpe erzeugt die Wärme für Heizung und Heißwasser. Sie wird durch die Photovoltaikanlage auf dem Dach betrieben und an dunklen Tagen mit Ökostrom unterstützt. Das Heißwasser wird besonders energiesparend mittels dezentraler Wärmetauscher erhitzt. Das ist effizient und sparsam, insbesondere bei hohem Warmwasserbedarf im Sommer und gleichzeitiger Sonne im Überfluss. Unseren Gästen stellen wir die hauseigene Wallbox für ihr E-Fahrzeug zur Verfügung. Wegen der zentralen und strandnahen Lage können die meisten Wege bequem zu Fuß gemacht werden und auch an- und abreisen kann man sehr gut mit der Deutschen Bahn und der Usedomer Bäderbahn.

» Nachhaltigkeit betrifft alle Lebensbereiche und damit insbesondere auch das Reisen und Wohnen im Urlaub.

## Beschreiben Sie bitte einmal Ihre komplett nachhaltig gebauten Ferienwohnungen.

[FAM. GERASCH]: Unsere Ferienwohnungen *Strandweiss* und *Strandgrau* vereinen modernes Design, ökologische Bauweise und innovative Haustechnik. Die Gebäude haben eine Holzrahmenbaukonstruktion, sind hochgedämmt mit Holzfaserdämmung und haben eine unbehandelte Holzfassade, denn Holz ist momentan der Baustoff mit der besten Ökobilanz. Fenster und Türen sind Cradle-to-Cradle-zertifiziert, das heißt, alle Bestandteile lassen sich eines Tages zerlegen, sortenrein trennen und wieder aufbereiten. Behaglich, robust, zeitlos schlicht und möglichst viel Naturmaterial: Nach diesen Kriterien haben

» Wir wünschen uns mehr Mut zu innovativen und qualitätvollen Angeboten.

» Entscheidungen aus dem Blickwinkel der nachfolgenden Generation treffen und damit automatisch im Sinne der Nachhaltigkeit

## Was hat Sie inspiriert, was war der Auslöser für Ihr nachhaltiges Konzept?

[FAM. GERASCH]: Der Antrieb für unser nachhaltiges Konzept sind unsere drei Kinder. Unsere Entscheidungen versuchen wir aus dem Blickwinkel der nachfolgenden Generation und damit automatisch im Sinne der Nachhaltigkeit zu treffen. Bei unseren Ferienhäusern war es uns wichtig, ressourcensparend und langlebig zu bauen und auf eine effiziente und ökologische Haustechnik zu setzen. Bei nachhaltigem Wohnen denken viele zuerst an Landhausidylle. Das zentrale Thema der Heizungstechnik und des Energieverbrauchs rückt erst aktuell durch die Energiekrise verstärkt in das Bewusstsein der Menschen.

## Erkennen Sie eine gesteigerte Nachfrage bei Gästen nach nachhaltigen Angeboten?

[FAM. GERASCH]: Erfreulicherweise kommen immer mehr Gäste mit E-Auto zu uns. Wir werden regelmäßig um Tipps für regionale und vegetarische Gastronomie und Regionalprodukte

gebeten. Und grundsätzlich ist der Urlaub eine gute Gelegenheit, ein hochgedämmtes Holzhaus, eine Wärmepumpen-betriebene Heizung oder Wallbox zur Probe zu nutzen, vielleicht auch als Inspiration für eigene Planungen.

## Was wünschen Sie sich für die touristische Entwicklung in der Region und was würden Sie den Kolleg\*innen ans Herz legen?

[FAM. GERASCH]: Wir wünschen uns für die touristische Entwicklung auf Usedom mehr Mut zu innovativen und qualitätvollen Angeboten. Wir können da allen Mitstreitern, die noch unentschlossen sind, nur Mut machen. Unsere Handwerksbetriebe haben sehr souverän alle unsere Konzepte umgesetzt und unsere Urlauber sagen regelmäßig: »Wir sind nicht ins *Strandweiss* oder *Strandgrau* gekommen, weil wir nach Usedom wollten. Wir sind nach Usedom gekommen, weil wir ins *Strandweiss* oder *Strandgrau* wollten.«

Nachhaltiger Tourismus im Sinne der Region bedeutet für uns aber auch, die Nebensaison zu stärken und in der Hauptsaison auf Qualität statt Masse zu setzen. Keiner will nur in der Hauptsaison arbeiten. Und keiner will leerstehende Siedlungen und geschlossene Lokale im Winter. Locken wir den deutschen Urlauber zu stürmischen oder nebligen Strandspaziergängen unter die Usedomer Wintersonne und machen wir es ihm dabei in unseren Cafés und Ferienhäusern so richtig entspannt und gemütlich. Wer muss dann noch in den Süden fliegen?



Im Interview

## Carsten und Ulrike Gerasch

Vermieter, Verwalter und Architekten der Ferienhäuser *Strandweiss* und *Strandgrau* in Zinnowitz, die modernes Design, ökologische Bauweise und innovative Haustechnik vereinen und den Gästen einen 100-prozentig fossilfreien Urlaub ermöglichen.

Mehr Infos → [strandweiss.de](https://strandweiss.de)



# Energiemanagement

**D**as Thema Energiemanagement rückt verstärkt in den Fokus, denn steigende Energiekosten beeinflussen immer mehr die Wirtschaftlichkeit von Tourismusbetrieben. So sind die Ausgaben für Energie und Wasser ein großer Kostenfaktor im Unternehmen. Und wir wissen: Die Aufwendungen für diese knapper werdenden Ressourcen steigen auch weiterhin.

Ressourcenmanagement zieht sich durch alle Bereiche eines Betriebes und sollte somit bestmöglich durch ein einheitliches Managementsystem integriert werden. Um den Einstieg zu erleichtern, wird der Umstieg auf ein nachhaltiges Ressourcenmanagement in der Nebensaison empfohlen. Bei komplexeren Strukturen kommt zumeist eine Energiemanagementsoftware zum Einsatz, die Prozesse und Kennzahlen abbildet und steuert.

Der Einstieg in eine effiziente Energienutzung ist im Grunde einfach: Finden Sie zunächst die großen Verbraucher Ihres Betriebes. Durch regelmäßiges Messen des Energieverbrauchs kristallisieren sich schnell realisierbare Anpassungen als erste Schritte heraus. Zur besseren Kontrolle bietet sich hierfür der Einbau von Zwischenzählern an den Großverbrauchern an. Beim Kauf von z. B.

Kühlschränken ist es ratsam, in energieeffiziente Geräte zu investieren, statt mit in der Anschaffung günstigen Varianten mehr Energie als nötig zu verbrauchen. Ein weiteres Praxisbeispiel zeigt, wie viel Wirkung kleine Maßnahmen haben können: Allein durch das regelmäßige Entstauben von Lüftern, z. B. von Kühlgeräten, verbrauchen diese ca. 50 Prozent weniger Energie.

Wichtig zur Optimierung im Bereich Energie sind drei Dinge: Transparenz, Kommunikation und regelmäßiges Monitoring. Holen Sie sich Expertise ins Haus, lassen Sie sich beraten und teilen Sie Ihr Wissen!



Fotos: AdobeStock.com/Psycho Beard - AdobeStock.com/Maksym Yemelyanov

## Checkliste

### Informieren und beraten lassen

- Energieberatungen für Hotels und Gastbetriebe in Anspruch nehmen (z. B. via **MVeffizient**)
- bei regionalen Anlaufstellen informieren (z. B. **LEKA MV** und **LEEA**)
- Handlungsempfehlungen prüfen (z. B. **Schnelle Energiesparmaßnahmen** für Tourismusakteure des TMV)

### Aktiv den Energieverbrauch gestalten

- Energieverbräuche in allen Bereichen optimieren (in Bezug auf Anlagen, Geräte und Prozesse)
- Energiemanagementsysteme** im Unternehmen implementieren (z. B. ISO 50001)
- Verträge und Anbieter für Strom und Gas regelmäßig überprüfen und ggf. umstellen (z. B. auf Ökostrom)



Tipp

## Energiespartipps für das Gastgewerbe

Im Rahmen der **Energiekampagne Gastgewerbe** des DEHOGA wurden aus den zahlreichen Handlungsempfehlungen Einsparmaßnahmen zusammengestellt, die schnell und kostengünstig umgesetzt werden können.

- ✓ **Leitfaden »20 TOP-Maßnahmen zur schnellen Senkung Ihrer Energiekosten«**
- ✓ **Checkliste »Schnell und einfach Energie sparen«**

Mehr Infos

➔ [energiekampagne-gastgewerbe.de](http://energiekampagne-gastgewerbe.de)

Best Practice

## Energieberatung für Hotels und Gastbetriebe

Die Landesenergie- und Klimaschutzagentur Mecklenburg-Vorpommern GmbH (**LEKA MV**) ist eine Einrichtung des Landes MV: Als zentrale Anlaufstelle berät sie unabhängig zu den Themen Energieeffizienz, erneuerbare Energien und wirksamer Klimaschutz.

Nehmen Sie Energieberatungen für Hotels und Gastbetriebe in Anspruch! Betriebe in MV werden im Rahmen der Kampagne **MVeffizient** unterstützt: Bei individuellen Energieberatungen und Stammtischen erhalten Sie hier unentgeltlich und neutral erste Impulse für die Umsetzung von Einsparmaßnahmen, die Nutzung erneuerbarer Energien und E-Mobilität. Denn damit lassen sich nicht nur Energie und CO<sub>2</sub> einsparen, sondern auch Kosten.

Mehr Infos

➔ [leka-mv.de/unternehmen](http://leka-mv.de/unternehmen)

➔ [mv-effizient.de/beratung/effizienzberatung](http://mv-effizient.de/beratung/effizienzberatung)



Schnelle Maßnahmen

## LED- statt Leuchtstoffröhren

Tauschen Sie Leuchtstoffröhren einfach gegen Retrofit LED-Röhren aus. Dabei ist zu beachten, dass neben der Röhre auch der Starter gewechselt werden muss.



Rechenbeispiel:

Kosten pro Jahr bei 0,32 €/kWh

Beleuchtungsart	16 T8 Leuchtstoffröhren	16 T8 LED-Röhren
Verbrauch	63 W	22 W
Brenndauer	10 h pro Tag	10 h pro Tag
Jahreskosten	883 €	285 €
Ersparnis	<b>598 €* </b>	

\* Exklusive Investitionskosten zum Austausch von 240 €

### Messen, zählen, monitoren – und bewerten

- regelmäßig den Energieverbrauch und die Energieeffizienz messen und bewerten
- Großverbraucher identifizieren (z. B. Lüftung, Großküchengeräte)
- Zwischenzähler für Strom und Gas einbauen (z. B. konkret im Bereich Küche)
- spezifischen Verbrauch je Gast und Nacht berechnen
- Effizienzklasse von Heizungs- und Warmwasserpumpen prüfen (und ggf. durch Hocheffizienzpumpen ersetzen)

### Gäste und Mitarbeitende sensibilisieren und Anreize schaffen

- Gäste auf die Möglichkeiten energiesparenden, umweltbewussten Verhaltens hinweisen
- Mitarbeitende zum Thema Ressourceneffizienz schulen (z. B. auf Einsparpotenziale aufmerksam machen und zum Energiesparen animieren)

### Maßnahmen einleiten – regelmäßig und bedarfsgerecht

- Heizung regelmäßig reinigen und warten

- Salamander, Wärmelampen und Co. nur bei Bedarf anschalten (Geräte mit Belegungserkennung einsetzen)
- Kühlvorrichtungen regelmäßig warten und überwachen (z. B. Kühlraumvolumen, die Kälteleistung und die Isolierung der Kühlräume, aber auch Dichtungen aller Kühlgeräte überprüfen)
- Spülmaschinen unmittelbar vor dem tatsächlichen Bedarf einschalten (sonst geschlossen halten bzw. bei längerer Nichtbenutzung ausschalten)

### Investieren und Alternativen finden

- regenerative Energien nutzen (z. B. Photovoltaikanlagen, thermische Solaranlagen bzw. Anlagen, die Strom und Wärme gleichzeitig erzeugen)
- programmierbare Thermostaten anschaffen und optimiert heizen (jedes Grad Raumtemperatur weniger spart ca. 6 Prozent der Heizkosten)
- Austausch ineffizienter Komponenten (z. B. Wärmetauscher, Umwälzpumpen, Regelventile und Rohrleitungen einschließlich Wärmedämmungen)
- Alternativen finden für Stromfresser wie Minibars und Klimaanlage (z. B. zentrale Getränkeautomaten, Kühlung mit Wärmepumpen)
- energieeffiziente Bürotechnik anschaffen und nutzen

- Beleuchtung auf LED umstellen und intelligent steuern (z. B. Bewegungs- und Präsenzmelder, Helligkeitssensoren)
- Rohrleitungen dämmen
- beim Neukauf von Geräten auf die Effizienzklasse (A bis G) achten (z. B. Tools wie »Scan & Check« zur Überprüfung der Energiekosten schon im Vorfeld nutzen)

### Förderung durch den Bund beantragen

- Mit dem »Förderwegweiser Energieeffizienz« gelangen Unternehmen, Kommunen und kommunale Unternehmen mit nur wenigen Klicks zu genau der Förderung, die zu ihrem Vorhaben passt.
- Beim **Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes** erhalten touristische Unternehmen, Organisationen und Gründer\*innen mit dem »Förderwegweiser« benutzerfreundlich Orientierung und wertvolle Informationen über geeignete Förderprogramme.
- Der »DEHOGA Fördermittelwegweiser« sammelt und sortiert für das Gastgewerbe relevante Fördermaßnahmen zu verschiedenen Energieeffizienzprogrammen des Bundes.

# Nachhaltig, digital, energieautark

## Energieversorgung im Haffhus Ueckermünde

*Mit bahnbrechenden Technologien erzeugt ein Spa-Hotel seine Energie vollständig selbst – und beherbergt Gäste mit reinem ökologischem Gewissen*

Auf den ersten Blick eine idyllisch gelegene, familienfreundliche Ferienanlage: reetgedeckte Häuser, Balkone vor Zimmern und Apartments, ein eigener Strand, Restaurant mit Sonnenterrasse. Auf den zweiten Blick offenbart sich das *Haffhus* als wahres technisches und digitales Überraschungspaket und Meister der Nachhaltigkeit: Es setzt ein klimapositives Zeichen für die Tourismusbranche.



Foto: Haffhus Ueckermünde

Das *Haffhus Hotel & Spa* liegt im Ortsteil Bellin im Seebad Ueckermünde an der Ueckermünder Heide am südlichen Stettiner Haff. Von hier aus genießen Gäste den einmaligen Blick zur Insel Usedom. Der eigene kleine Sandstrand mit Bootssteg und Liegewiese gibt ausreichend Raum für Erholung. Der großzügige Spa-Bereich mit Salzwasserpool garantiert Entschleunigung und Entspannung zu jeder Jahreszeit. Die als nachhaltig zertifizierte Hotelanlage bietet Übernachtungsmöglichkeiten in Doppelzimmern, Studios und Appartements.

Und dann gibt es ein Energiekonzept, das es in sich hat: Das *Haffhus* versorgt sich in Eigenregie und ohne öffentliches Netz mit Energie – also mit Wärme, Kälte und natürlich Strom. Die Energie kommt nicht aus fossilen Brennstoffen, sondern ausschließlich aus erneuerbaren Energiequellen. Damit hat das *Haffhus* etwas geschafft, woran die meisten Unternehmen der Branche nicht einmal zu denken wagen: Es ist 100 Prozent stromautark. Nutzt zu 100 Prozent regenerative Energie. Ist 100 Prozent klimaneutral.

Mehr Infos ➔ [haffhus.de](https://haffhus.de)

Das Hotel ist ein Vorreiter beim Thema Nachhaltigkeit und Digitalisierung und mit seinem einzigartigen Engagement mittlerweile über die Grenzen Mecklenburg-Vorpommerns bekannt. Dirk Klein, Leiter für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im *Haffhus*, hat diese Entwicklung maßgeblich begleitet und bahnbrechende Technologien eingeführt, um das Hotel zu 100 Prozent ökologisch nachhaltig zu betreiben. Dabei geht es u. a. um Photovoltaik, Blockheizkraftwerke, Hackschnitzelheizung, Batteriespeicher, Wärmepumpen, Wärme- und Kältespeicher, Frischwasserstationen und natürlich Hardware für die entsprechende Automatisierung und das Monitoring des gesamten Energiebedarfs. Seit einigen Jahren kann die Anlage vollständig autark betrieben werden. Dennoch wird weiterhin mit immer neuen Lösungen und Ideen an der Nachhaltigkeit im Betrieb gearbeitet und optimiert.

**100 Prozent stromautark.  
100 Prozent regenerative Energie.  
100 Prozent klimaneutral.**

Eine ausgefeilte Kombination aus Energiemanagement und digitalen Lösungen ermöglicht eine effiziente Nutzung von Strom und Wärme. So wird z. B. im Vorfeld die Belegung des Hotels mit dem Wetterbericht geprüft und der Bedarf an Strom und Wärme ermittelt: Der Einsatz von Maschinen und die Speicherung von Strom kann somit höchsteffizient geplant werden.

Das Ende der 90er-Jahre eröffnete, damals noch kleine Hotel wurde durch die Betreiber\*innen in den letzten Jahren mit massiven Investitionen weiterentwickelt und verfügt heute über 76 Zimmer und einen großen Spa-Bereich. Die gleichzeitige Umstellung auf eine nachhaltige Bewirtschaftung und die entsprechende Bewerbung der Angebote hat zusammen mit dem wachsenden Trend zur Nachhaltigkeit einen Gästeboom ausgelöst und war und ist ein voller Erfolg.

**Der Gast versteht, warum sich Energieeffizienz lohnt.**

Die Kommunikation spielt nicht nur bei der Gästegewinnung eine große Rolle. Es braucht auch das richtige Feingefühl, um die Gäste mitzunehmen, sodass sie Verständnis für einige Umstände haben, die mit der nachhaltigen Arbeitsweise einhergehen. Und der Gast versteht, warum sich

Autark versorgt aus regenerativer Energie: Spa-Bereich mit Salzwasserpool, Saunen und Anwendungen.



Foto: Haffhus Ueckermünde

Energieeffizienz lohnt. Digitalisierung mit entsprechenden Tools ist der Weg, der Gästen den Aufenthalt und Mitarbeitenden den Umgang mit den modernen und energieeffizienten Technologien erleichtert. Durch die Nutzung von Tablets auf den Zimmern kann z. B. die Nutzung der Sauna angemeldet werden, damit nicht durchgängig Energie verbraucht werden muss. Bei überschüssiger Energie erhalten Mitarbeitende im Housekeeping eine Benachrichtigung, dass nun z. B. die Waschmaschinen genutzt werden sollten. Mitarbeitende und Gäste nehmen die ungewöhnlichen Maßnahmen gerne an und gestalten die Energiewende aktiv mit.

**Die gleichzeitige Umstellung auf eine nachhaltige Bewirtschaftung und die entsprechende Bewerbung der Angebote hat zusammen mit dem wachsenden Trend zur Nachhaltigkeit einen Gästeboom ausgelöst und war und ist ein voller Erfolg.**

Das Hotel *Haffhus* ist unumstritten ein ökologischer Vorreiter im Bereich Energie- und Nachhaltigkeitsmanagement und setzt bundesweit Maßstäbe. Zertifizierungssysteme halfen dabei, den Kurs der Nachhaltigkeit weiterzufahren und Prozesse zu optimieren. Das *Haffhus* erreicht als erste Hotelanlage in MV und eines von nur fünf Hotels bundesweit Level 5, die höchste Auszeichnung des Nachhaltigkeitsiegels für Hotels »GreenSign«. Mit großer Leidenschaft arbeitet Dirk Klein zusammen mit den Betreiber\*innen des Hotels weiter an der Optimierung der Anlage und teilt seine Erfahrungen und sein Wissen auch mit der Branche und Partnern in der Region. Solche Vorbilder zeigen, wie wir im Tourismus Nachhaltigkeit vorantreiben und zukunftsfähig werden und bleiben können.

# Wassermanagement

**W**asser ist und bleibt die Grundlage allen Lebens – und unsere wichtigste Ressource. Wasserressourcen und die dazugehörigen Dienstleistungen sind unverzichtbar u. a. für Wirtschaftswachstum und ökologische Nachhaltigkeit: Der Wassersektor beeinflusst und sichert unsere Nahrungs- und Energieversorgung sowie die Gesundheit von Mensch und Umwelt.

Auch in Mecklenburg-Vorpommern zeigt die Wasserknappheit bereits konkrete Effekte. Besonders betroffen ist dabei der Osten des Landes. Die Insel Usedom wird beispielsweise seit 15 Jahren mit Wasser vom Festland versorgt. Der zunehmende Wassermangel hat sichtbare Konsequenzen für unsere Wälder: Vermindertes Wachstum und das Sterben von weniger trockenresistenten Baumarten haben erhebliche Auswirkungen auf die Attraktivität des Urlaubslandes MV sowie die CO<sub>2</sub>-Bindungsfähigkeit unseres Waldes.

Warmwasser sparen bedeutet auch Energie sparen: Reduzieren wir den Verbrauch, muss die Heizung weniger Wasser erwärmen. Das senkt den Energieverbrauch, vermeidet CO<sub>2</sub>-Emissionen, schont die Umwelt – und führt zu weniger Wasser- und Abwasserkosten. Hotelgäste verbrauchen im Hotel mehr Wasser als in ihrem eigenen Haushalt: ein Gast etwa 350 Liter pro Kopf – ein durchschnittlicher deutscher Haushalt etwa 130 Liter Wasser pro Kopf. Doch schon mit kleinen Änderungen im Verhalten und bei der Technik kann Wasser gespart werden.



Fotos: AdobeStock.com/NewAfrica - AdobeStock.com/SergeyIlin

## Best Practice

### Aufbereitungsanlagen für Leitungswasser

**Eine Maßnahme, die Wasser betrifft und zudem Zeit, Kosten, CO<sub>2</sub> und Plastik einspart, kann in der Hotellerie und im Tagungsbetrieb angewandt werden: Anstatt Wasserflaschen einzukaufen, bieten Aufbereitungsanlagen für Leitungswasser, das in schönen, mit Ihrem Logo gebrandeten Mehrwegflaschen abgefüllt wird, eine attraktive und nachhaltige Alternative.**

Leitungswasser zählt zu den am besten kontrollierten Lebensmitteln in Deutschland. Es bringt eine deutlich geringere Klimabelastung mit sich und ist wesentlich kostengünstiger als Mineralwasser aus Flaschen.

So nutzt das Steigenberger Grandhotel & Spa auf Usedom Wasserspender. Das filtrierte Wasser wird beim Frühstücksbuffet, für Tagungen und die Getränke der Mitarbeitenden angeboten. Die entsprechenden Geräte, die zweimal jährlich gewartet werden, können gemietet oder gekauft werden.

Das Steigenberger Grandhotel & Spa kredenzt aufbereitetes Leitungswasser in Mehrwegflaschen.

## Checkliste

### Wassersparende Technik

- Wasserdurchfluss an allen Wasserhähnen regulieren (z. B. mit Perlatoren oder Durchflussbegrenzern auf max. 6 Liter pro Minute)
- Duschköpfe austauschen und Wasserbedarf an Regenduschen prüfen und reduzieren
- Sparspültasten an Toiletten einsetzen
- Wassersparende, verbrauchsarme Geräte verwenden (z. B. Geschirrspüler)

### Wassersparendes Verhalten

- Wasserverbrauch regelmäßig messen und bewerten
- Dichtungen regelmäßig prüfen
- klare Standards mit dem Personal vereinbaren (z. B. max. 3 Toiletenspülungen je Zimmerreinigung)
- Hinweis in Hotel-Bädern, Handtücher mehrfach zu benutzen, optimieren (z. B. auf die Gewohnheit setzen: »Genau wie zu Hause«)
- Gästen anbieten, während ihres Aufenthalts die Zimmerreinigung abzubestellen
- zur Verwendung der Wasser-Stopp-Taste animieren

### Sparsame Gartenbewässerung

- Gärten nur zu kühleren Tageszeiten bewässern (z. B. vor Sonnenauf- bzw. nach Sonnenuntergang)
- Brunnenwasser und Regenwasser nutzen
- Wasserzähler für die Gartenbewässerung installieren, um Abwassergebühren zu sparen

»In Spitzenzeiten am Frühstücksbuffet verbrauchen unsere Gäste ungefähr 50 Wasserflaschen à 0,7 Liter, also 35 Liter stilles oder sprudelndes Wasser«, erzählt Kathrin Haufe, Direktionsassistentin des Hauses. »Zu den 50 Flaschen für Gäste zum Frühstück kommen dann noch die Getränke unserer 130 Mitarbeitenden sowie einige Bankettgetränke. Insgesamt haben wir im Haus fünf Wasserspender (drei im Backoffice, einen im Restaurant und einen weiteren im Fitnessraum). Wir sind sehr zufrieden mit dieser Lösung.«

Das heißt in der Bilanz allein für das Frühstück: 50 Plastikflaschen (à 0,7 Liter für ca. 45 Cent pro Flasche) weniger wurden befüllt und transportiert, eingekauft und gelagert. Dem steht mit einem Aufbereitungssystem gegenüber: Leitungswasser für ca. 0,2 bis 0,3 Cent pro Liter plus Mietgebühr, Wartung, Strom und Reinigung der Glas-Mehrwegflaschen.

### Leitungwasserspender bieten langfristig entscheidende Vorteile für das Unternehmen und die Umwelt:

- + Zeiteinsparung:** Die Organisation der Getränkelieferungen, Leergutentsorgung und Abrechnung entfällt.
- + CO<sub>2</sub>-Einsparung:** Durch den Verzicht auf Wasserflaschenlogistik entfallen der Transport und der dadurch verursachte Ausstoß von Treibhausgasen.
- + Kosteneinsparung:** Der Preis pro Liter Leitungswasser ist mit ca. 0,2 Cent deutlich geringer als der von Flaschenwasser mit ca. 50 Cent/Liter.
- + Plastikeinsparung:** Die Verwendung von Plastikgallonen und -flaschen entfällt; damit reduzieren sich Plastikmüll und der CO<sub>2</sub>-Ausstoß, der bei der Plastikproduktion verursacht wird.

## Schnelle Maßnahmen

### Schlaue Duschköpfe

Ihren Wasserbrauch können Sie schnell optimieren: In den Zimmern bauen Sie wassersparende Duschköpfe ein und in allen öffentlichen Bereichen nutzen Sie Wasserdurchflussbegrenzer. So liegt Ihr Wasserverbrauch bei unter 10 Liter je Minute bei den Duschen und unter 6 Liter je Minute bei den Waschbeckenarmaturen.



# Regionalität – der Schlüssel zur Begeisterung

**D**ie Kulinarik bietet tolle Möglichkeiten, Nachhaltigkeit im Betrieb einzuführen. Eine bewusste Produktauswahl kann bereits viel zum nachhaltigen Wirtschaften beitragen. Regionalität und hohe Qualität kennzeichnen nachhaltiges Verhalten und sind ohnehin ein unschlagbarer Trend. Gäste möchten die Region erleben, wozu selbstverständlich die traditionelle, regionale und saisonale Gastronomie gehört. Das kulinarische Angebot macht Authentizität, Regionalität und Nachhaltigkeit erlebbar – trotz sich verändernder, individueller Ernährungsgewohnheiten in einer globalisierten Welt.

Ökonomische Nachhaltigkeit beginnt bereits bei der Auswahl der Produkte und Lieferanten. Natürlich ist es nicht möglich, von heute auf morgen die komplette Lieferkette umzustellen und ganz auf nachhaltige, regionale Produkte umzusteigen. Aber bereits durch die schrittweise Umsetzung eines nachhaltigen Einkaufsmanagements und klarer Kommunikation profitiert Ihr Unternehmen.

Ein erster Schritt ist also die sorgfältige Auswahl der Lieferanten, wobei es gilt, die Produkte eher von wenigen Lieferanten mit kurzen Fahrtwegen zu beziehen. Das spart Kosten, Zeit und administrativen Aufwand. Achten Sie bei der Auswahl auf Nachhaltigkeit.

Gäste legen besonders bei Lebensmitteln immer häufiger Wert auf Regionalität, Saisonalität und gute Produktionsbedingungen: Fleischwaren aus artgerechter Tierhaltung, Obst und Gemüse aus der Region und der Saison entsprechend. Kürzere Wege reduzieren die CO<sub>2</sub>-Belastung bei der Anlieferung. Regionale Lebensmittel versprechen viele, nicht nur ökologische, nachhalti-



ge Effekte: Ernährungssouveränität, Identität mit der Region, Vielfalt an Nutztierassen, Kulturpflanzensorten und Landschaftsformen, eine Auswahl an regionaltypischen Spezialitäten sowie die Erhaltung von Produktionsstrukturen vor Ort.

Wenn ein nachhaltiges Einkaufsmanagement und die Arbeit mit regionalen Produkten erfolgreich im Unternehmen integriert ist, kommt es auch auf dessen ehrliche und transparente Kommunikation gegenüber Kund\*innen und Mitarbeitenden an. Ihr Betrieb sammelt Pluspunkte und kann einen positiven Marketingeffekt nutzen.

Einkaufsmanagement bezieht sich nicht nur auf kulinarische Produkte und die Auswahl von Lieferanten. Der Tourismus als Dienstleistungsbranche benötigt gerade im Hotel- und Gastronomiebereich eine große Vielfalt an Waren – sowohl langlebige (Möbiliar oder Elektrogeräte) als auch Verbrauchsmaterialien (Reinigungsmittel oder Energie) oder begrenzt haltbare (Lebensmittel). Auch bei der Anschaffung dieser Produkte sollten Umweltaspekte und Energieeffizienz berücksichtigt und stets vorab überlegt werden, welche nachhaltigen Alternativen auf dem Markt sind.



Fotos: AdobeStock.com/William - AdobeStock.com/MissesJones - AdobeStock.com/NewAfrica - AdobeStock.com/RalfGeithe - AdobeStock.com/MatthesTretlin



Schnelle Maßnahmen

## Regional einkaufen

Ein regionales Produkt aus MV wird hier produziert und verwendet Zutaten und Materialien aus dem Land. Es gibt in MV viele Produzenten, die jeden Tag hochwertige Lebensmittel verantwortungsvoll und nachhaltig anbauen und veredeln. Unterstützen Sie gezielt lokale und regionale Produzenten aus Ihrer Umgebung, die für nachhaltige Landwirtschaft, artgerechte Tierhaltung und ökologischen Landbau ohne Pestizide

stehen. Durch Ihren Einkauf bleibt die Wertschöpfung in MV und die regionale Vielfalt an hochwertigen Produkten, die unser Land zu bieten hat, erhalten. Regionale Lebensmittel bekommen Sie fast überall. Nutzen Sie z. B. die landesweite B2B-Handelsplattform für regionales Einkaufsmanagement in Mecklenburg-Vorpommern [Markt MV](#).



## Checkliste

### Die Auswahl von Produkt und Lieferant

- Produzenten und Lieferanten aus der Region bevorzugen
- Produzenten kennen(lernen)
- mit nachhaltig agierenden und regionalen Lieferanten kooperieren (z. B. Unternehmen mit Nachhaltigkeitsstrategie, wenige Lieferanten mit kurzen Fahrtwegen)
- Verhaltenskodex für Lieferanten erstellen und kommunizieren (z. B. Gesundheitsschutz, Umweltschutz, Ressourcenschonung, ethisches Verhalten und Produktqualität)
- mit regionalen Initiativen im Lebensmittelbereich zusammenarbeiten (z. B. regionale Lieferanten-Netzwerke)

### Die Information und Kommunikation

- Ideen für die Nachhaltigkeit in der Gastronomie recherchieren und sich inspirieren lassen (z. B., auf der Plattform [Greentable](#) oder im Handbuch »Sustainable Food – Nachhaltige Kulinarik in Hotellerie und Gastronomie«)
- Messen für regionale Produkte oder Regionalmärkte besuchen (z. B. um neue Partner und alternative Produkte zu finden)
- transparent Gäste und Mitarbeitende über verwendete Produkte informieren (z. B. Herkunft, Produktionsbedingungen)
- regionale Produkte und Lieferanten vorstellen (z. B. in kurzen Porträttexten mit Foto in der Speisekarte oder auf der Website)

### Der nachhaltige Einkauf – regional, zertifiziert, energieeffizient

- regionale und saisonale Lebensmittel einkaufen
- beim Einkauf auf zertifizierte Produkte achten (z. B. Bioprodukte)
- bei Importprodukten wenn möglich fair gehandelte Produkte und Bioqualität beziehen (z. B. Kaffee, Kakao/Schokolade, Textilien, Obst, Gemüse aus fairem Handel)
- auch bei der Anschaffung technischen Equipments auf nachhaltige Kriterien achten

### Das nachhaltige Engagement

- Produkte aus eigenem Anbau verarbeiten
- das vegetarische und vegane Angebot ausbauen und erweitern (pflanzliche Produkte verursachen weniger Treibhausgase als Fleischprodukte)
- CO<sub>2</sub>-Emissionen der Speisen berechnen (z. B. mit der [KlimaTeller-App](#))

# Frische, Qualität und voller Geschmack

## Regionale Küche im Rauchhaus Möllin

*Kulinarische Vielfalt mit Produkten aus der Region und dem eigenen Hofgarten*

Selbst gemachte Schafsalami, Rhabarber und Kürbis aus eigenem Anbau oder Käse aus Bantin: Das Rauchhaus Möllin unweit der Stadt Gadebusch hat sich erfolgreich der regionalen Küche verschrieben.

Seit 1796 ist die Gaststätte ein Ort der Gastfreundschaft und Zusammenkunft. Wo früher noch Mensch und Tier unter einem Dach lebten, kann heute zusammen regional sowie saisonal genossen werden. Frische Produkte aus der Region und dem eigenen Hofgarten beeinflussen die saisonal wechselnde Speisekarte, die für ihre Gäste kontinuierlich neue Genüsse bereithält. Das Konzept geht auf: Die Besucher\*innen kommen gerne wieder. Die Stammgäste schätzen die Qualität und kulinarische Vielfalt.

Für die Inhaberin Stephanie Baack ist das regionale Konzept ein persönliches Anliegen und verknüpft Nachhaltigkeit mit eigenen Interessen: »Ich möchte gerne das anbieten, was mir selbst auch gefällt und meiner DNA entspricht. Ich kann nur das verkaufen, hinter dem ich auch selbst stehe. Fakt ist, ich stehe nicht auf Fertiggessen.« Dabei bestimmt das nachhaltige Konzept nicht unbedingt das Marketing. Frische, Qualität und voller Geschmack stehen im Vordergrund, der regionale Ansatz fügt sich dabei in das Unternehmenskonzept. Dazu gehört, dass bei der Anschaffung neuer Geräte auf Qualität und Langlebigkeit gesetzt wird, im Büro nahezu papierlos gearbeitet wird und Tiere von Kopf bis Schwanz komplett verarbeitet werden. Die Aussage dahinter ist eindeutig:

***Nachhaltigkeit wird ganz selbstverständlich gelebt.***

Um das Niveau der Qualität zu halten, hat das Rauchhaus zusätzliches Personal eingestellt. Die Hausmeisterabteilung und der eigene Gärtner versorgen zusammen die Tiere und kümmern sich um den Hofgarten. Neben der Küchencrew, welche die Gerichte für die Gäste zaubert, unterstützt ein weiterer Mitarbeiter in der Verarbeitung und Herstellung der eigenen Produkte. Qualität hat ihren Preis, aber einen, den Stephanie Baack gerne zahlt.

Das historische Rauchhaus Möllin liegt unweit von Gadebusch inmitten eines Dorfensembles mit traditionellen Hallenhäusern. Auf dem historischen Erlebnishof befinden sich Café, Restaurant und Hofladen. Das Rauchhaus Möllin bietet zünftige Speisen und Rauchspezialitäten sowie frische Produkte der Region an. Vom Kaffee über den fluffigen Eierpfannkuchen bis hin zum deftigen Braten begeistert das Team die Gaumen.

Mehr Infos → [rauchhaus-möllin.de](http://rauchhaus-möllin.de)



Familie Baack hat dem historischen Rauchhaus Möllin neues Leben eingehaucht.

Obwohl unter anderem Kräuter, Kartoffeln, Zucchini, Mangold, Kürbis und verschiedene Beerensorten selbst angepflanzt und Tiere für den Verzehr von Fleisch und Eiern gehalten werden, arbeitet das Rauchhaus Möllin auch mit regionalen Lieferanten zusammen. Entscheidend bei der Auswahl der Partner ist nicht nur ein Entfernungsradius, der nicht mehr als rund 50 Kilometer beträgt, sondern zudem eine angenehme Zusammenarbeit, die auf Vertrauen basiert.

***Transparenz ist entscheidend.***

Auch bei der Qualitätsprüfung der Waren setzt Frau Baack neben Sicht- und Geschmackskontrollen auf das Verantwortungsbewusstsein der Lieferanten, die nur Produkte liefern, für die sie selbst einstehen. Gegenüber ihren Gästen wird genau kommuniziert, woher welche Lebensmittel bezogen werden. Transparenz ist entscheidend. Durch die Abhängigkeit von regionalen Lebensmitteln ist ein gewisses Maß an Flexibilität in der Zusammenstellung der Speisekarte erforderlich. Sollte ein Produkt nicht lieferbar sein, wird noch einmal umstrukturiert, das Angebot bestimmt die Nachfrage.

Wer im Rauchhaus Möllin zu Gast ist, gewinnt ein ganz neues Gefühl für die kulinarische Vielfalt der Region und agiert zugleich im Sinne der Nachhaltigkeit. Neben dem Fokus auf Regionalität hat Unternehmerin Stephanie Baack weitere Pläne. Langfristig soll der Strom aus der eigenen Solaranlage bezogen werden.



Die Familie hält eigene Tiere und verarbeitet diese ganzheitlich.



Die Inhaberin Stephanie Baack mit ihrer Familie.

# Beschäftigungsqualität

In Mecklenburg-Vorpommern sind fast ein Fünftel aller Erwerbstätigen in der Tourismusbranche beschäftigt oder indirekt mit dem Tourismus verbunden. Jedoch sind viele Arbeitsplätze, besonders in der Gastronomie und Hotellerie, unbesetzt – händeringend wird nach Arbeitskräften gesucht. Daher ist eine hohe Beschäftigungsqualität grundlegend, um qualifizierte und letztendlich zufriedene und selbstverantwortliche Mitarbeitende und Nachwuchskräfte zu gewinnen und zu halten. Denn motivierte, produktive und wertgeschätzte Mitarbeitende stellen einen essenziellen Faktor für den langfristigen Erfolg unserer touristischen Unternehmen dar. Nicht zu vergessen: Zufriedenes Personal spiegelt sich in zufriedenen Gästen wider!

Die Arbeitsattraktivität steigt, wenn die Bedürfnisse der Mitarbeitenden im Vordergrund stehen: Maßnahmen dazu setzen auf eine Work-Life-Integration, eine mitarbeiterorientierte Organisations- und offene Kommunikationskultur mit fairen Arbeitsbedingungen und adäquater Bezahlung, einen partizipativen Ansatz in der Führung sowie ein durchdachtes Gesundheitsmanagement.

Schnelle Maßnahmen

## Offene Stellen! Servicekraft gesucht!

Probieren Sie neue Wege bei der Personalakquise aus, beim Gewinnen und Halten von Mitarbeitenden und Auszubildenden: Stellen Sie Prämien für eine Aktion »Mitarbeitende werben Mitarbeitende« zur Verfügung, gestalten Sie einen Tag der offenen Tür für Bewerber\*innen samt Bar Talk, schreiben Sie eine Feel-Good-Manager\*in-Stelle aus, pflanzen Sie für jedes neue Teammitglied einen Baum ...



## Checkliste

### Organisations- und Kommunikationskultur mit Konzept und Offenheit

- ein Konzept zum nachhaltigen Personalmanagement etablieren (Beschäftigungsqualität und Arbeitsattraktivität optimieren)
- eine mitarbeiterorientierte Organisationskultur aufbauen (z. B. innovative Arbeitszeitmodelle und Überstundenausgleich)
- Mechanismen für eine offene Kommunikationskultur sicherstellen (z. B. durch neue Kommunikationstools)

+ Der Begriff **Work-Life-Balance** ist schon lange in der Kritik. Ein Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privateben zu erreichen, ist schwierig. Wir müssen vielmehr eine **Work-Life-Integration** anstreben, also eine Integration der privaten Bedürfnisse in berufliche Anforderungen. Der Erfolgsfaktor ist dabei Transparenz auf allen Seiten: Das Mitspracherecht beim Dienstplan ermöglicht z. B. eine an die Lebensphase des Mitarbeitenden besser angepasste Arbeitszeit, Kinderbetreuung im Unternehmen die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

+ Eine **mitarbeiterorientierte Organisations- und offene Kommunikationskultur** sind wesentlich: Zu diesem Thema gehören selbstverständlich anständige Arbeitsbedingungen, faire Entlohnung und wenn möglich auch interne Aufstiegschancen. Generell ist eine Gleichbehandlung aller Mitarbeitenden unabdingbar, denn personelle Heterogenität und Chancengleichheit fördern das Wohlbefinden und die Identifikation mit dem eigenen Haus. Die Investition in die persönliche und fachliche Entwicklung des Personals durch Schulungen und Weiterbildungen ist stets für beide Seiten gewinnbringend. Dadurch wird nicht nur die Fachkompetenz in der Belegschaft gesteigert, sondern auch Wertschätzung und Motivation vermittelt.

Fotos: AdobeStock.com/keybox AdobeStock.com/bsd studio

- mit partizipativem Ansatz führen (z. B. Selbstverantwortung und -organisation, Zusammenarbeit auf Augenhöhe bei kurzen Entscheidungswegen, flache Hierarchien)
- regelmäßig Personalgespräche führen, Feedback geben und Potenziale besprechen (z. B. Befragung/Gespräch mind. 1-mal jährlich)
- Mitarbeitenden Raum für ihre Ideen, Rückmeldungen und Kritik geben

### Arbeitsbedingungen und Perspektiven – Mitarbeitende im Zentrum

- individuelle Wünsche und Bedürfnisse bei Dienstplan und Arbeitszeitmodell berücksichtigen (z. B. durch flexible Arbeitszeiten)
- attraktive Arbeitsumgebung schaffen
- übertariflich entlohnen

+ Mit einem **partizipativen Ansatz** der Unternehmensführung ermöglichen wir den Mitarbeitenden, Ideen, Rückmeldungen und Kritik niedrigschwellig zu äußern, z. B. in Befragungen oder Personalgesprächen. Hier können wir zudem Feedback geben und Entwicklungspotenziale besprechen. Das schafft nicht nur eine vertrauensvolle und ergebnisfördernde Zusammenarbeit, sondern steigert gleichzeitig Motivation, Arbeitszufriedenheit und Leistungsbewusstsein unserer Kolleg\*innen.



Tipp

## Anregungen und innovative Ideen

Informieren Sie sich, z. B. über **Work-Life-Integration** und über **New Work in der Hotellerie**, auf dem **HR-Praxisportal Persoblogger** oder im **MV-Podcast von Gabriel Rath New Work Chat**.

- Aufstiegschancen bieten
- unbefristete Stellen einführen
- finanzielle Boni offerieren (z. B. für Kinderbetreuung, Fahrgeldzuschuss)
- gesundheitsfördernde Maßnahmen organisieren (ggf. in Kooperationen mit Krankenkassen, gemeinsame Sportevents, vergünstigte Mitgliedschaft im Fitnessstudio, kostenfreie Nutzung hauseigener Wellnessbereiche)
- Aus- und Weiterbildungen ermöglichen (z. B. Schulungen, Seminare)

### Nachwuchsfachkräfte gewinnen und Vielfalt fördern

- Ausbildungsplätze anbieten
- personelle Heterogenität und Chancengleichheit fördern
- Menschen mit geistigen oder körperlichen Beeinträchtigungen beschäftigen

- für einen ausgeglichenen Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen sorgen
- sich sozial engagieren (z. B. Sponsoring, Partnerschaften, ehrenamtliche Tätigkeiten)

### Saisonale Kräfte adäquat versorgen

- schnelle Integration fördern
- eine angemessene Unterbringung stellen (z. B. mit ausreichend Privatsphäre)
- eine fachgerechte Einarbeitung gewährleisten
- den Transfer vom Wohnort zur Arbeitsstätte organisieren
- für Erholungsmöglichkeiten sorgen



+ Auch das **Gesundheitsmanagement**, das sich auf Arbeitsplatzsicherheit sowie Prävention bezieht, spielt eine wichtige Rolle, insbesondere in der von hoher Arbeitsbelastung durch Schichtarbeit, Arbeits- und Fachkräftemangel und körperliche Belastung gekennzeichneten Servicebranche. Mit gemeinsamen Sportevents, vergünstigten Mitgliedschaften im Fitnessstudio oder der kostenfreien Nutzung hauseigener Fitness- und Wellnessbereiche werden Gesundheit und Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden gefördert. Ziel der betrieblichen Gesundheitsförderung (BGF) ist es, die Gesundheit von Beschäftigten vom Berufseinstieg bis zur Rente zu fördern. Krankenkassen haben kostenfreie Angebote für Arbeitgeber\*innen entwickelt, von denen ihre Mitarbeitenden profitieren können.

Die Integration dieser Maßnahmen kann dabei helfen, qualifizierte Arbeitnehmende für Ihr Unternehmen zu gewinnen – und zu halten. Attraktive Arbeitsbedingungen können zudem als Marketinginstrument für das sogenannte Employer Branding eingesetzt werden, um mehr gutes Personal zu binden.

# Benefits, Partizipation und Zufriedenheit

Personalmanagement im StrandResort Markgrafenheide

Das *StrandResort Markgrafenheide* bereitet seinen Gästen direkt an den Ostseedünen zwischen Warnemünde und Graal-Müritz unvergessliche Urlaubsmomente. Die Gastgeberkultur lebt von den Mitarbeitenden, die das Resort – von der Rezeption bis zum Housekeeping – mit Leben füllen. Das Haus verfolgt den Anspruch, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem das Team gemeinsam wachsen und sich jede\*r mit persönlichen Stärken und Fähigkeiten einbringen kann. »Im StrandResort Markgrafenheide erwartet Sie ein herzlicher Ort, an dem wir uns offen, rücksichtsvoll, familiär und harmonisch begegnen«, heißt auf der [Karriere-Seite](#) des Unternehmens.

Im Interview

**Anja Möbus**

Personalleiterin im *StrandResort Markgrafenheide*

Mehr Infos

➔ [strandresort.de/job-karriere](https://strandresort.de/job-karriere)



Foto: Anja Möbus

WG bis Pärchen-Wohnung) zu günstigen Preisen deutlich unter dem lokalen Mietpreis. Derzeit sind wir voll ausgelastet. Die Wohnungen sind überaus begehrt, da sie die Möglichkeit für alle Menschen bieten, bei uns zu arbeiten und zu leben – ganz gleich, wo man herkommt.

**Sie offerieren Ihren Mitarbeitenden viele weitere Extras: Welche sind das?**

[A.MÖBUS]: Wir bieten unseren Mitarbeitenden:

- eine vielfältige und leckere Verpflegung,
- die kostenfreie Nutzung des Fitnessraumes,
- kostenfreie Mitarbeitersportkurse, die bis zu einer Stunde wöchentlich sogar während der Arbeitszeit besucht werden können,
- 25 Prozent Rabatt in den Restaurants und sogar 50 Prozent Rabatt bei Wellnessanwendungen,
- die Möglichkeit von jährlichen Probenächten im *StrandResort* und auch im Schwesterhotel *Müritzpalais*.

Das *StrandResort Markgrafenheide* beschäftigt aktuell 124 Mitarbeitende, darunter 13 Azubis und 2 duale Studierende sowie 6 Saisonkräfte. 103 Kolleg\*innen sind fest angestellt. Natürlich gibt es auch hier offene Stellen. Das Resort wirbt mit attraktiven Arbeitsbedingungen und Benefits um neue Mitarbeitende und kommuniziert transparent sein nachhaltiges Personalmanagement.

**Wie lange arbeiten Ihre »ältesten« Mitarbeitenden bei Ihnen?**

[A. MÖBUS]: Die 5 »ältesten« Mitarbeitenden begleiten uns vom ersten Tag an, das sind nun bald neun Jahre. 35 arbeiten bereits fünf Jahre und länger im *StrandResort*. Über die Hälfte unserer Kolleg\*innen sind mindestens drei Jahre im Unternehmen.

**Auf Ihrer Website werben Sie offen mit den Vorteilen für Ihre Mitarbeitenden. Sie bieten u. a. möblierte Zimmer sowie Wohnungen direkt auf der Anlage zur Miete für alle Angestellten an. Wie kam es dazu?**

[A. MÖBUS]: Unsere Wohnungen vermieten wir von Beginn an. Vor vier Jahren haben wir mit den möblierten Zimmern weiteren Wohnraum geschaffen, der sich v. a. an Auszubildende und Saisonkräfte richten sollte. Dieses Angebot haben wir noch einmal ausgebaut, da die Nachfrage inzwischen auch im Bereich der Fachkräfte deutlich gestiegen ist. Wohnraum ist unser USP und größter Benefit. Wir bieten schöne Personalunterkünfte für verschiedene Varianten (von

Besonders stolz sind wir aber auf das Angebot der kostenfreien Mobilität – durch die Anschaffung unserer zwei BMW-E-Minis: Unsere Mitarbeiter\*innen können sich diese jederzeit ausleihen und für Ausflüge, Einkäufe oder die gemeinsame Fahrt zur Berufsschule nutzen.

➔ **Wohnraum ist unser USP und größter Benefit.**

>>>



Foto: StrandResort Markgrafenheide



Das *StrandResort Markgrafenheide* schafft ein Arbeitsumfeld, in dem sich alle Mitarbeitenden einbringen und wohlfühlen.

»» **Morgens mit dem Rauschen der Wellen in den Tag starten und abends das Glitzern der Abendsonne am Horizont bewundern – als Mitarbeitender**

>>>

**Wie wird das Angebot angenommen? Nehmen Sie positive Effekte wahr?**

[A. MÖBUS]: Unsere Mitarbeitenden sind in unterschiedlichen Lebensphasen und -situationen, entsprechend verschieden sind auch die Bedürfnisse. Durch die Vielfalt der Benefits ist für jeden Geschmack etwas dabei und die Resonanz ist durchweg positiv.

**Bieten Sie darüber hinaus auch finanzielle Anreize?**

[A. MÖBUS]: Wir bieten Weihnachtsgeld, Erholungsbeihilfe, monatliche Shoppinggutscheine, Fahrkostenzuschüsse und Prämienzahlungen.

**Wie ist der Arbeitsalltag gestaltet, um eine bestmögliche Vereinbarung von Familie/Privatleben und Arbeit zu ermöglichen?**

[A. MÖBUS]: Natürlich schauen wir von vornherein gemeinsam mit den Mitarbeitenden, dass der Einsatzbereich und die damit einhergehenden Anforderungen an die Arbeitszeit mit dem Privatleben vereinbar sind. Unsere Mitarbeitenden haben dabei ganz unterschiedliche Präferenzen und durch die Vielzahl an Möglichkeiten im *StrandResort* können wir uns ein gewisses Maß an Flexibilität erlauben, was z. B. in einem reinen Restaurantbetrieb vielleicht nicht unbedingt möglich ist. Auf Freiwünsche und Urlaubsplanungen gehen wir ein. Wir sind schon lange kein reiner Saisonbetrieb mehr und erfreuen uns ganzjährig einer guten Auslastung, daher ist z. B. auch Urlaub während der Sommermonate möglich und üblich, und zugleich bietet es den Vorteil von Arbeitsplatzsicherheit durch unbefristete Festanstellung im Tourismus im ganzen Jahr!

**Inwiefern können die Mitarbeiter\*innen die Arbeit aktiv mitgestalten?**

[A. MÖBUS]: Offene Kommunikation wird hier gelebt. Darüber hinaus nutzen wir das Kommunikationstool »Hotelkit«, zu dem jede\*r Zugang über das eigene Mobiltelefon hat. Hier findet nicht nur ein reger Informationsaustausch statt, es können auch Ideen geteilt werden.

**Wie überprüfen Sie die Zufriedenheit? Inwiefern gibt es Raum für Feedback oder Kritik – in beide Richtungen?**

[A. MÖBUS]: Wir haben unseren Abteilungsleiter\*innen im letzten Jahr einen Fragebogen samt Leitfaden an die Hand gegeben, der die Grundlage für zwei intensive Feedbackgespräche pro Jahr darstellt.

**Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um die Team-Dynamik zu stärken?**

[A. MÖBUS]: Es gibt regelmäßige Teamevents und Ausflüge. Ein besonderes Highlight ist die jährliche *StrandResort*-Fahrt im Januar mit Übernachtung und tollem Rahmenprogramm. Dafür schließen wir das *StrandResort* für zwei Tage, sodass auch wirklich alle Mitarbeiter\*innen die Chance haben, teilzunehmen. Für die Begrüßung unserer Auszubildenden richten wir eine Beachparty aus, das kommt natürlich auch immer gut an.

**Wie ist es Ihnen im Hinblick auf Corona ergangen und wie sieht es zurzeit – Stichwort Fachkräftemangel – aus? Hatten Sie mit Personalverlust zu kämpfen?**

[A. MÖBUS]: Tatsächlich fast null bei Wiedereröffnung im Juni 2021. Nach Corona hatten wir eine recht normale Fluktuation, die aufgrund der Branche und Veränderung der Arbeitswelt nicht vermeidbar ist. Personalmangel ist ein großes Problem, das derzeit noch gut mit Quereinsteiger\*innen und Aushilfen, momentan verstärkt aus der Ukraine, gelöst werden kann. Dauerhaft muss das Thema Ausbildung und Qualifizierung eine weitaus größere Rolle als noch zuvor spielen.

**Wie kommunizieren Sie Ihr Personalmanagement und die positiven Arbeitsbedingungen nach außen?**

[A. MÖBUS]: Wir versuchen das »*StrandResort*-Feeling« ein Stück weit durch bewegte Bilder, wie z. B. unseren Mitarbeiterimagefilm, zu transportieren, den wir nicht nur auf unserer Website eingebunden haben, sondern auch in Stellenausschreibungen integrieren. Im Social-Media-Bereich teilen wir Impressionen hinter den Kulissen, sodass man hier einen guten Eindruck davon bekommt, wie es ist, Teil der Crew zu sein. Natürlich sind wir auch auf Messen und Jobbörsen vertreten.

**Was ist für Ihre Arbeitsweise essenziell? Was können andere Betriebe Ihrer Meinung nach besser machen, um zu sozialer Nachhaltigkeit beizutragen?**

[A. MÖBUS]: Fokus auf die individuellen Mitarbeiter\*innen – sie haben jeweils andere Voraussetzungen, Ziele und Erwartungen. Es geht darum, die Stärken jedes und jeder Einzelnen optimal einzusetzen. Hierfür muss man immer mal anders denken, sich neu erfinden und Situationen anpassen. Die Arbeitswelt verändert sich und die Menschen darin ebenso. Unsere Belegschaften werden von Tag zu Tag, von Monat zu Monat und von Jahr zu Jahr vielfältiger, bunter und multikultureller. Die Herausforderung besteht darin, die Bereitschaft für Veränderung im Unternehmen nicht nur vorzugeben, sondern sie zu leben. Das fängt ganz oben an und sollte Bestandteil einer Firmenkultur sein. Dann kann man davon ausgehen, dass sich gewisse Werte und Haltungen im Unternehmen verankern, die es erleichtern, mit schwierigen Situationen umzugehen.

»» **Die Herausforderung besteht darin, die Bereitschaft für Veränderung im Unternehmen nicht nur vorzugeben, sondern sie zu leben.**

**Haben Sie das Gefühl, dass Ihr nachhaltiges Personalmanagement einen geringeren Personalwechsel begünstigt?**

[A. MÖBUS]: Wir hoffen es und wir glauben daran, auch aus ungelerten Kräften im *StrandResort* die Facharbeiter\*innen von morgen machen zu können. Wir versuchen ein Umfeld zu schaffen, in dem Mitarbeiter\*innen arbeiten und lernen möchten – und Wissen weitergegeben wird, damit hier wieder Mitarbeiter\*innen für die Zukunft entstehen können.

Die Benefits für Mitarbeitende, transparent kommuniziert auf der Unternehmenswebsite.

**StrandResort**  
Markenprofessur

Das dürfen Sie von uns erwarten:

- Urlaubsgeld, Sonn- und Feiertagszuschläge, Weihnachtsgratifikation
- Wir achten auf Sie: geregelte Arbeitszeiten (5 Tage Woche/40Std. und Arbeitszeitkonto)
- Wohnungsmöglichkeit auf der Anlage
- Vielältige & leckere Mitarbeiterverpflegung
- Monatliche Shoppinggutscheine
- Einen kostenfreien Parkplatz sowie einen Fahrkostenzuschuss
- Einem unbefristeten Arbeitsvertrag
- Meeresrauschen, gesunde Luft und ein herzliches Betriebsklima
- ...und weitere Vorteile für: Übernachtungen, Spa & Wellness, Food & Beverage, Sport

# Kultur und Identität

**N**achhaltiger Tourismus achtet und fördert das historische Erbe sowie spezifische Kultur und Traditionen und stärkt damit die regionale Identität in der Destination. Jede Region hat ihre eigene charakteristische Kultur, die sich sowohl im historischen Bestand, repräsentiert z. B. durch Denkmäler, Brauchtum und Sprache, als auch im gegenwärtigen kulturellen und künstlerischen Leben, wie im Theater, bei Konzerten, Ausstellungen und Lesungen, zeigt. Um diese regionale und lokale Kultur für Touristen und Einheimische nutzen zu können und erleb- und erfahrbar zu machen, brauchen wir intakte historische Städte und Dörfer sowie ein attraktives Kulturangebot und Kulturverständnis vor Ort – mithin kulturelle Werte und Identitäten, die bewahrt werden und authentisch bleiben.

In nachhaltigen Destinationen wirken Kulturidentitäten und Tourismus zusammen. Es ist wichtig, die Besonderheiten der Region und des immateriellen Kulturerbes zu betonen, z. B. lebendige Traditionen wie Sprache und Dialekt, Liedgut und Musik, Tanz und Feste, bildende Kunst und Theater sowie handwerkliche Fertigkeiten und Architektur. Auch in Bezug auf lokale Bräuche bzw. Kunst- und Kulturangebote sollten wir als Tourismusverantwortliche mit Kulturschaffenden, Kulturvermittlern und den weiteren Akteuren transparent und offen zusammenarbeiten, denn ein wichtiger Faktor ist auch die Akzeptanz für den Tourismus bei den Einheimischen.

Traditionen können für konkrete touristische Angebote genutzt werden – ohne moralisch-ethische oder artenschutzrechtliche Belange zu übergehen, z. B. in Form von Festen, Themenwegen, Ausstellungen, Audioguides. Dabei ist es elementar, dass nicht der Konsum- und Gewinngedanke

priorisiert wird, sondern kulturinteressierten Gästen eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit den Traditionen ermöglicht wird. Entwickelte Angebote müssen selbstverständlich auch den Einheimischen zur Verfügung stehen und von ihnen akzeptiert werden. Touristische Angebote, die auf Traditionen und regionalen Besonderheiten beruhen, führen zu hoher Authentizität. Ein Beispiel: Ein Fischerort wird gern besucht, um das maritime Flair zu spüren, den Hafen zu erkunden, das Fischereihandwerk hautnah zu erleben und natürlich den fangfrischen Fisch zu kosten. Verebbt die traditionelle Fischerei, weil immer mehr Fischer\*innen in Rente gehen oder ihr Geschäft aufgeben müssen, geht auch der Charakter des Fischerortes verloren – die Authentizität fehlt und das Dorf verliert seine Attraktivität als Reiseziel. Der Erhalt von kulturellem Erbe, regionaler Identität und Tradition – und somit eines originalen, authentischen Angebotes – hat einen enormen Stellenwert im nachhaltigen Tourismus.



Best Practice

## Maritimes Handwerk

**Eine Kultur lässt sich durch das Kennenlernen von Traditionen und Bräuchen am besten verstehen.**

Im Fischerort Freest wird neben dem traditionellen Bootsbau die einzigartige Kunst der Freester Fischerteppiche gepflegt. Nur wenige Einwohner\*innen der Gemeinde beherrschen noch das traditionelle Handwerk. Das Knüpfen eines Teppichs dauert pro Quadratmeter etwa 160 Stunden und erfordert 57.600 Knoten. In dem urigen Ort bewundern die Gäste nicht nur diese Kunst, sondern auch die über 100-jährige Bootswerft. Sie können zudem die maritime Fischerei und dazugehörige Feste erleben und traditionelle Köstlichkeiten genießen.

Mehr Infos → [tradition.vorpommern.de](http://tradition.vorpommern.de)

## Tourismusakzeptanz – eine bürgerorientierte Tourismuskultur entwickeln

Die Bevölkerung ist ebenso an der Qualität des regionalen Tourismus beteiligt wie jede\*r Akteur\*in aus der Branche. Dazu müssen sich die Menschen vor Ort mit der touristischen Entwicklung identifizieren können und das Bild unseres Urlaubslandes mittragen. Das kann gelingen, wenn die touristische Wertschöpfung zum allgemeinen Wohlstand beiträgt, niemand auf der Strecke bleibt und mit Zusammenhalt, Respekt und Toleranz die Erwartungen der Einheimischen an den Tourismus berücksichtigt werden. Zur Tourismusakzeptanz tragen viele Aspekte bei: attraktive touristische Angebote auch für Einwohner\*innen, ein hoher Beschäftigungsgrad, qualifizierte Arbeit mit fairen Bedingungen und guten Karrierechancen, stabile Mietpreise und Lebenshaltungskosten oder die Möglichkeit zur Mitentscheidung bei wichtigen Tourismusprojekten.

Die Initiative »Wir sind Urlaubsland« zielt auf die Entwicklung einer bürgerorientierten Tourismuskultur in MV, um die Interessen der Bevölkerung, der Gäste und der Branche noch besser in Einklang zu bringen. Sie ruft zum Mitdenken, Mitmachen und Meinungsagen auf.

Mehr Infos → [wirsindurlaubsland.de](http://wirsindurlaubsland.de)

## Checkliste

- Kulturgüter der Umgebung ansprechend präsentieren (z. B. auf Besonderheiten der Region und des immateriellen Kulturerbes hinweisen)
- mit ansässigen Künstler\*innen, Kulturschaffenden und Institutionen im kulturellen Bereich regelmäßig vernetzen, austauschen und zusammenarbeiten
- kleine, weniger bekannte Anbieter\*innen von Kunst und Kultur berücksichtigen
- Gäste aktiv über Veranstaltungen, Traditionen und Brauchtum informieren
- touristische Angebote und Veranstaltungen zum kulturellen Erbe respektvoll und wertschätzend entwickeln und vermarkten
- die Bevölkerung vor Ort integrieren und bei neuen Projekten beteiligen (Tourismusakzeptanz bei Einheimischen pflegen und stärken)



Tipp

## Kultur in MV online

In MV finden das ganze Jahr über viele spannende kulturelle Veranstaltungen statt: Ein tagesaktueller Kalender führt alle kulturellen und touristischen Veranstaltungen auf. Im [TMV-Kalender](#) haben Ihre Gäste online alle Termine in MV im praktischen Überblick. Über die [TMV-Karte](#) können sie kulturelle Sehenswürdigkeiten in der unmittelbaren

Umgebung entdecken. Als Anbieter\*in können Sie Ihre Veranstaltungen und Sehenswürdigkeiten in die [Datenbank des TMV](#) einpflegen.

Mehr Infos

→ [auf-nach-mv.de/karte](http://auf-nach-mv.de/karte)→ [auf-nach-mv.de/veranstaltungssuche](http://auf-nach-mv.de/veranstaltungssuche)

# Barrierefreiheit und Inklusion

**M**ecklenburg-Vorpommern ohne Hindernisse erleben! Für rund 40 Prozent der Bevölkerung ist die Barrierefreiheit im Urlaub zwingend erforderlich. Komfortables und sicheres Reisen ist darüber hinaus ein Qualitätsmerkmal, das alle Urlauber\*innen zu schätzen wissen. Machen wir unsere Angebote für Menschen mit Behinderung, Senior\*innen und Familien zugänglicher und erschließen so neue Gästegruppen.



Barrierefreie Angebote und deren erfolgreiche Kommunikation sind maßgeblich für die Reiseentscheidung von Familien und älteren Gästen sowie von Menschen mit Behinderung, das heißt für Menschen mit einer Geh-, Hör- oder Sehbehinderung, mit kognitiven Einschränkungen, Rollstuhlfahrer\*innen, Gehörlose und Blinde. Inklusion funktioniert nicht ohne Barrierefreiheit. Denn wo Orte, Räume oder Kommunikationsmittel nicht barrierefrei sind, bleibt Teilhabe auch am touristischen Leben verwehrt.

Barrierefreiheit heißt, dass Gebäude und Plätze, Räume und Unterkünfte, Verkehrsmittel und Gebrauchsgegenstände, Dienstleistungen und Freizeitangebote so gestaltet werden, dass sie für alle ohne fremde Hilfe zugänglich sind. Der Begriff »Barrierefreiheit« beschreibt also nicht nur bauliche Maßnahmen, sondern meint auch Systeme der Informationsverarbeitung, akustische und visuelle Informationsquellen und Kommunikationseinrichtungen und betrifft weitere Lebensbereiche, die für Menschen mit Behinderung ohne besondere Erschwernis und ohne Hilfe zugänglich und nutzbar sind.

Selbst wenn Sie barrierefreie Angebote noch nicht aktiv kommunizieren, lohnt es sich zu prüfen, ob Sie nicht entsprechende Informationen zur Verfügung stellen oder mit einfachen Maßnahmen umsetzen können. Schon kleine Änderungen, die kaum mit Kosten verbunden sind, sorgen bei Gästen und Einheimischen mit spezifischen Bedürfnissen für einen komfortableren Aufenthalt. Sei es ein langsam geführter Stadtrundgang oder die Kennzeichnung von allergenen Zutaten auf der Speisekarte: Ein sensibilisierter Umgang sorgt für ein sicheres Gefühl bei allen.

Gäste mit Einschränkungen benötigen detaillierte Informationen, auf die sie sich in der Reiseplanung verlassen können. Das bundesweit einheitliche Kennzeichnungssystem »Reisen für Alle« bietet transparente Qualitätskriterien, auf deren Basis unsere Gäste eine fundierte Reiseentscheidung treffen können.



## Schnelle Maßnahmen

### Zertifizierung – Reisen für Alle

»Reisen für Alle« ist ein Informations- und Bewertungssystem, das es dem Gast ermöglicht, die Eignung des Angebotes für die eigenen Ansprüche zu beurteilen. Gäste können so die Nutz- und Erlebarkeit touristischer Angebote anhand verlässlicher Detailinformationen vor der Reise prüfen und gezielt geeignete Angebote auswählen und buchen.

Lassen Sie sich über eine mögliche Zertifizierung »Reisen für Alle« beraten. Jedes Unternehmen, das mit Gästen interagiert, kann sich zertifizieren lassen.

Ansprechpartnerin für MV

➔ Anne Wilken | [a.wilken@auf-nach-mv.de](mailto:a.wilken@auf-nach-mv.de) | 0381 40 30 682

Mehr Infos

➔ [reisen-fuer-alle.de](https://reisen-fuer-alle.de)

➔ [tmv.de/zertifizierung-reisen-fuer-alle](https://tmv.de/zertifizierung-reisen-fuer-alle)

## Checkliste

### Grundsätzlich

- aktuelle und künftige Gästeprofile im Hinblick auf Bedürfnisse analysieren (von barrierefreien Angeboten profitieren alle)
- das Servicepersonal für Inklusion und Barrierefreiheit sensibilisieren und schulen
- barrierefreie Angebote und Einrichtungen deutlich kennzeichnen sowie transparent und eindeutig kommunizieren (gut lesbar, leicht auffindbar, nachvollziehbar, kontrastreich)
- die Zugänglichkeit von Gebäuden, Sanitär-, Beherbergungs- und Außenbereichen überprüfen und mit DIN-Normen (z. B. DIN 18040) und Bauvorschriften abgleichen (z. B. auf dem Fachportal [nullbarriere.de](https://nullbarriere.de) und auf [din.de](https://din.de) über die wichtigsten Standards informieren)
- bei der Angebotsgestaltung das neue Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) beachten, dessen Vorgaben für Produkte und Dienstleistungen ab Juni 2025 umgesetzt sein müssen
- Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal kommunizieren und entsprechend bewerben (z. B. in allen Kommunikationsmitteln zum Thema machen)

### Baulich

- Sicherheitsmarkierungen in Höhe von 40–70 cm und 120–160 cm an Glasüren anbringen

### Faustregeln für barrierefreie Tourismusangebote:

- **Räder-Füße-Regel:** Sind Angebote auch für Gäste mit Rollstuhl oder Rollator durchgängig nutzbar?
- **Zwei-Sinne-Regel:** Sind Informationen mindestens über zwei Sinne (Hören, Sehen, Fühlen etc.) wahrnehmbar?

- mind. die erste und die letzte Treppenstufe eines Aufgangs mit Kontraststreifen versehen
- Treppen mit Handläufen sichern
- Bedienelemente wie Türgriff, Lichtschalter, Steckdose oder Notruftaster visuell kontrastreich und taktil gestalten
- Beschilderungen zur Orientierung in gut lesbarer Schrift und mit visuellem Kontrast zum Hintergrund gestalten
- für eine helle und blendfreie Ausleuchtung in allen Bereichen sorgen
- sichere Abstellplätze für Kinderwagen, Rollatoren und Rollstühle zur Verfügung stellen
- flexible/mobile Rampen anbieten (wenn z. B. Türschwellen höher als 2 cm sind)

### Service

- ausleihbare Lesebrillen für die Gäste bereithalten
- Abholdienste und Gepäckservice anbieten
- Liste mit Kontaktdaten örtlicher Ärzt\*innen und essenzieller Infrastruktur in die Gästemappe integrieren
- Zugang zum ÖPNV checken und Möglichkeiten der barrierefreien Nutzung bekannt machen
- Personalschulungen anbieten

### Kommunikativ

- auf barrierefreie Angebote hinweisen (z. B. gut lesbare Broschüren, barrierefreie Internetseiten mit kontrastreicher, großer Schrift in Leichter Sprache)

- unkonkrete Formulierungen (»Das Angebot ist barrierearm.«) vermeiden, stattdessen präzise die Zugänglichkeit und Nutzungsmöglichkeit beschreiben (z. B. »Zimmer mit ebenerdiger Dusche«)
- in der schriftlichen Kommunikation gut lesbare Schriftarten und maximale Farbkontraste wählen sowie in einfacher Sprache formulieren
- in Gesprächen mit Gästen mit Hörschwierigkeiten für ein ruhiges Umfeld sorgen und sich dem Gegenüber zuwenden, um das Lippenlesen zu erleichtern
- bei öffentlichen Veranstaltungen induktive Höranlagen verwenden, die Personen mit Höreinschränkung unterstützen
- in Gesprächen mit blinden und sehbehinderten Menschen sich selbst und die Kolleg\*innen namentlich vorstellen, um die Gäste besser einzubinden

### Gastronomisch

- eine bebilderte Speisekarte mit großer, schnörkelloser Schrift wählen oder zwei Versionen der Karte gestalten
- die Option auf kleinere Portionsgrößen anbieten
- allergene Zutaten kennzeichnen
- Alternativen offerieren (z. B. laktosefrei, glutenfrei, vegan, vegetarisch)
- Allergiker\*innen und Gäste mit speziellen Ernährungsbedürfnissen über Restaurants, Reformhäuser o. Ä. informieren, die über entsprechende Angebote verfügen

# Meerurlaub ohne Barrieren

## Eine rollstuhlgerechte FeWo im Ostseebad Dierhagen

Die Ferienwohnung *Meerurlaub*. *Barrierefrei* in Dierhagen bietet Platz für zwei Personen. Bei der Planung und Umsetzung der Unterkunft berücksichtigte Friedrich Schweitzer die DIN 18025: Damit ist die FeWo nicht nur barrierefrei, sondern auch rollstuhlgerecht. Sie ist die erste und derzeitige einzige im Ostseebad mit diesem Standard und nach den Kriterien von »Reisen für Alle« zertifiziert. Rollstuhlfahrer\*innen können hier uneingeschränkt wohnen. Zum Beispiel ist die Küche mit höhenverstellbarer Arbeitsplatte, Kochfeld sowie Spüle ausgestattet – alles ist unterfahrbar. Entsprechend sind die weiteren Geräte platziert und konzipiert. Auch Bad, Schlafzimmer sowie die Außenbereiche sind so gebaut, dass Gäste mit Rollstuhl alleine zurechtkommen.

**Sie haben sich 2008 dazu entschlossen, Ihre Wohnung in eine barrierefreie Ferienwohnung umzubauen. Wie kam es dazu?**

[F. SCHWEITZER]: 1998 haben wir unser Haus in Dierhagen gekauft. Im Erdgeschoss befand sich eine vermietete Einliegerwohnung. Nachdem der Mieter verstorben war, haben wir überlegt, wie wir diese Wohnung nutzen wollen. Ganz schnell haben wir uns für die Nutzung als Ferienwohnung entschieden. Mir war es aber wichtig, keine »normale« Ferienwohnung anzubieten, sondern etwas Besonderes. Ein Angebot, das noch nicht so häufig auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst vertreten ist. Relativ schnell haben wir festgestellt, dass es weit und breit keine (!) rollstuhlgerechte FeWo gab. Lediglich sogenannte »barrierefreie« Ferienwohnungen, die aber für Rollstuhlfahrer nicht unbedingt geeignet waren (und sind). Mit unserer rollstuhlgerechten Ferienwohnung haben wir ein Alleinstellungsmerkmal und machen ein Angebot für ein Klientel, das auf solche Ferienunterkünfte angewiesen ist. Das macht einfach Sinn.

**Viele denken: Der Umbau in eine barrierefreie Unterkunft geht mit deutlichen Mehrkosten oder Abstrichen in der Optik einher. Können Sie das bestätigen?**

[F. SCHWEITZER]: Es kommt darauf an, was für eine FeWo ich anbieten möchte. Wenn die Ausstattung eher hochwertig sein soll, um auch entsprechende Mietpreise erzielen zu können, sind die Mehrkosten tatsächlich eher zu vernachlässigen.

Beispiele:

- Die Zimmertüren müssen etwas breiter und höher sein. Mehrkosten: 50 € pro Tür
- Lichtschalter sind auf einer Höhe von 80 cm anzubringen. Mehrkosten: keine
- Unterfahrbares Waschbecken, ebenerdige Dusche, Toilette auf ca. 52 cm Höhe. Mehrkosten: keine
- Stützvorrichtungen an Toilette und Dusche. Mehrkosten: ca. 1.000 €
- Unterfahrbare und höhenverstellbare Küchenzeile und höhenverstellbarer Hängeschrank. Mehrkosten: ca. 2.000 €

Insgesamt haben wir ca. 3.500 bis 4.000 € Mehrkosten gehabt. Abstriche im Hinblick auf die Optik oder anderes haben wir nicht hinnehmen müssen. Natürlich muss entsprechend Platz vorhanden sein, damit sich der Gast mit Rollstuhl gut bewegen kann. Bis auf die Dusche ist diesbezüglich nichts festzustellen. Lediglich die etwas niedriger angebrachten Türklinken und Lichtschalter sind zu Beginn des Aufenthaltes etwas gewöhnungsbedürftig – aber nur für die Gäste, die nicht im Rollstuhl sitzen.

» Ich habe gelernt, dass Informationen über die Bedingungen vor Ort für mobilitätseingeschränkte Menschen immens wichtig sind.

**Ihre Wohnung ist nach dem bundesweiten Siegel »Reisen für Alle« zertifiziert. Wie sind Sie darauf aufmerksam geworden?**

[F. SCHWEITZER]: Das weiß ich gar nicht mehr genau. Ich glaube, Anfang 2019 bin ich auf der Plattform XING auf das Projekt »Tourismus für Alle« aufmerksam geworden und habe mit dem TMV Kontakt aufgenommen.

**Warum haben Sie Ihre Ferienwohnung nach den Kriterien von »Reisen für Alle« zertifizieren lassen?**

[F. SCHWEITZER]: Als wir damals die FeWo entsprechend haben bauen lassen, gab es das Qualitätssiegel »Barrierefreier Urlaub« des TMV. Darum hatten wir uns beworben und es erhalten. Dabei habe ich gelernt, dass Informationen über die Bedingungen vor Ort für mobilitätseingeschränkte Menschen immens wichtig sind. Deshalb ist ein Siegel von einer unabhängigen Stelle ein ganz wichtiger Baustein, damit die Rollstuhlfahrer\*innen wissen, was sie erwartet. Denn wenn die FeWo für einen Aufenthalt nicht geeignet ist, ist das in der Regel ein unlösbares Problem.

**Haben Sie den Zertifizierungsprozess als aufwendig empfunden?**

[F. SCHWEITZER]: Überhaupt nicht! Zeitaufwand: vielleicht ein bis zwei Stunden. Die Gebühr: überschaubar.

**Sie erfüllen die Qualitätskriterien für Menschen mit Gehbehinderung sowie für Rollstuhlfahrer\*innen. Haben Sie viele Gäste mit Rollstuhl?**

[F. SCHWEITZER]: Oh ja! 80 bis 90 Prozent unserer Gäste sind Pärchen, wobei mindestens ein\*e Rollstuhlfahrer\*in dabei ist. Wir haben auch Konstellationen, wo beide auf den Rollstuhl angewiesen sind.

**Welche Erfahrungen haben Sie mit Ihren Gästen gemacht?**

[F. SCHWEITZER]: Durchweg und ausnahmslos positive Erfahrungen! Alle Gäste sind sehr dankbar und sehr ordentlich. Inzwischen können wir sagen, dass wir zu jeder Jahreszeit – also auch im Herbst, Winter und Frühjahr – Urlauber\*innen haben. Die Entscheidung, eine solche FeWo anzubieten, haben wir noch nie bereut, ganz im Gegenteil.

» Ein Siegel von einer unabhängigen Stelle ist ein ganz wichtiger Baustein, damit die Rollstuhlfahrer\*innen wissen, was sie erwartet.

» Inzwischen können wir sagen, dass wir zu jeder Jahreszeit Gäste haben. Die Entscheidung, eine solche FeWo anzubieten, haben wir noch nie bereut, ganz im Gegenteil.

Im Interview

### Friedrich Schweitzer

Der Fremdenverkehrs-Geograf ist seit über 30 Jahren beruflich in der Touristik tätig und vermietet seine Ferienwohnung *Meerurlaub*. Barrierefrei in Dierhagen, die rollstuhlgerecht nach DIN 18025 gebaut und nach den Kriterien von »Reisen für Alle« zertifiziert ist.

Mehr Infos

➔ [meerurlaub-barrierefrei.de](http://meerurlaub-barrierefrei.de)

Die Küche der Ferienwohnung - Meerurlaub verfügt über eine unterfahrbare und höhenverstellbare Küchenzeile.



# Nachhaltige Kommunikation

**D**eutsche Reisende wünschen sich laut einer Studie von 2021 mehr nachhaltige Reisesmöglichkeiten: 76 Prozent halten nachhaltiges Reisen für wichtig und 42 Prozent finden, dass es nicht genügend nachhaltige Angebote gibt. Die Nachfrage ist also da – wir sollten unsere Bemühungen also nicht im Verborgenen lassen, sondern offen kommunizieren, in welchen Bereichen wir uns engagieren und so unsere Sichtbarkeit erhöhen.

Wie funktioniert nachhaltige Kommunikation? Wichtig sind Ehrlichkeit und Authentizität. Das, was wir unseren Gästen vermitteln, muss mit dem Erlebnis vor Ort übereinstimmen, denn nur so sorgen wir für Zufriedenheit. Qualitätsprodukte, die unter nachhaltigen Bedingungen hergestellt sind, haben ihren Preis, genauso wie faire Löhne für Mitarbeitende. Hier sind Kommunikation und Transparenz entscheidend, denn 78 Prozent der Reisenden geben an, einen Preisanstieg zu akzeptieren, wenn das Geld für höhere Löhne eingesetzt wird. Auch für hochwertige

Produkte, wie z. B. regionale Lebensmittel, sind Konsument\*innen bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. Daher informieren wir unsere Gäste gerne über die Güte und Herkunft der Speisen sowie die angemessene Entlohnung des Personals.

Nicht nur für die positive Wirkung auf den Gast bietet nachhaltige Kommunikation Vorteile: Ebenso verbessert sie das Image des Unternehmens als Arbeitgeber und steigert die Motivation unserer Mitarbeitenden.



Das Hotel Speicher am Ziegelsee bietet seinen Gästen einen E-Auto-Verleih an.

## Best Practice

## Kommunikation für nachhaltige Hotellerie

Das Hotel Speicher am Ziegelsee in Schwerin ist das erste Hotel in MV mit klimapositiver Bilanz. Hier gilt: »Wer bei uns schläft bzw. tagt, tut Gutes für das Klima!« Die Maßnahmen werden umfassend kommuniziert.

Das Hotel übernimmt durch ökologische Maßnahmen Verantwortung für den Umweltschutz und möchte zeigen, dass Tourismus und Ökologie Hand in Hand gehen können und Nachhaltigkeit auch in der gehobenen Hotellerie erreicht werden kann. Auf der Website werden z. B. die aktuellen Umweltdaten (u. a. CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Wasser- und Energieverbrauch, Abfall pro Gast), Zertifikate und unterstützte Klimaschutzprojekte veröffentlicht.

Mehr Infos → [speicher-hotel.com/umwelt-klima](https://speicher-hotel.com/umwelt-klima)

## Tipps für die nachhaltige Kommunikation

### + Ehrliches Storytelling

»Storytelling«, also das Vermitteln von Informationen mithilfe von Geschichten, ist eine gute Methode, um Inhalte emotional aufzuwerten, denn unser Hirn speichert positive Emotionen und Botschaften leichter ab. Dabei können Sie mit Ehrlichkeit und Transparenz echte Mehrwerte, aber auch eventuelle Nachteile offen kommunizieren (z. B. die längere Anreise mit dem ÖPNV, die mehr Zeit kostet und dafür Muße lässt, die Landschaft zu genießen).

### + Kommunikation mit dem Gast

Welche Kontaktpunkte haben Sie mit Ihren Gästen vor, während und nach dem Aufenthalt? Versuchen Sie diese bewusst mit nachhaltigen Inhalten zu füllen (z. B. bei Informationen zur Anreise an erster Stelle auf den ÖPNV verweisen). Helfen Sie Ihren Gästen, eine nachhaltige Wahl zu treffen, und sorgen Sie durch gezielte Information dafür, dass die Gäste ein gewünschtes Verhalten zeigen. Dabei sollten Sie nicht belehren, sondern durch Hervorheben des persönlichen Nutzens überzeugen und begeistern (z. B. beim Hinweis, Handtücher nicht täglich zu wechseln).

## Checkliste

### Tu Gutes und rede darüber

- ein Nachhaltigkeitsleitbild erstellen und im Unternehmen bekannt machen (siehe S. 42)
- die Kommunikationsstrategie auf Nachhaltigkeit fokussieren
- Nachhaltigkeitsbemühungen auf verschiedenen Kanälen veröffentlichen (z. B. das Leitbild in Broschüren, Gästemappen oder an einem zentralen Ort im Unternehmen, auf der Website und in den sozialen Medien)
- über messbare Erfolge berichten (z. B. die prozentuale CO<sub>2</sub>-Einsparung)
- Nachhaltigkeitszertifikate und Qualitätssiegel sichtbar und aktiv kommunizieren
- regionale Speisen und Getränke sowie vegetarische/vegane Gerichte in der Speisekarte bzw. am Buffet aktiv anpreisen und hervorheben
- durch gezielte Information nachhaltiges Verhalten fördern (z. B. Hinweise auf ÖPNV, Handtuchwechsel-Optionen)
- Nachhaltigkeit in Stellenausschreibungen berücksichtigen

### Printprodukte nachhaltig erstellen

- Bedarfe möglichst genau ermitteln und digitale Alternativen prüfen
- Bestandslisten führen, um Bestellmengen exakt zu taxieren und Überproduktion zu vermeiden
- für klimaneutrales Drucken mit umweltfreundlichen Farben entscheiden
- Druckereien aus der Region bevorzugen
- mit Druckereien zusammenarbeiten, das Zertifikat »Blauer Engel« tragen
- Printmaterialien grundsätzlich mit dem Nachhaltigkeits-Label »Blauer Engel« herstellen
- nachhaltige Eigenschaften stets kommunizieren (wo immer möglich und sinnvoll)
- wenn Werbegeschenke wirklich nötig sind, bevorzugt von regionalen und nachhaltig agierenden Anbietern beziehen

## Best Practice

## Kommunikativ – nachhaltiger Wassertourismus

Auf ihrer Website informieren Till und Hans Jaich umfangreich über ihr Engagement für Natur und Umwelt und ihr betriebliches Nachhaltigkeitsmanagement. Ihr Unternehmen im-jaich betreibt Marinas an der Nord- und Ostseeküste.

Das Menü der Website der Wassertouristiker enthält nur drei Rubriken: Hafen, Urlaub und Nachhaltigkeit. Ein klares Statement für den Gast. Das klare Bekenntnis soll auch andere zur Nachahmung inspirieren und auf das Umweltbewusstsein der Gäste und Mitarbeitenden einwirken. Themen sind u. a. die Ressourcen- und Energieverbräuche, ökologische und regionale Produkte, umweltbewusstes Verhalten, Kompensationsmaßnahmen, Kooperationen und die Vereinbarkeit von Natur und Tourismus.

Mehr Infos → [im-jaich.de/nachhaltigkeit](https://im-jaich.de/nachhaltigkeit)



In der Wasserferienwelt auf Rügen wurden über 5.000 Wildstauden gepflanzt, um dort Orte biologischer Vielfalt zu kultivieren.

# Nachhaltigkeitsleitbild

**F**ür uns Touristiker\*innen in MV stellt sich hinsichtlich einer nachhaltigen Entwicklung nicht mehr die Frage nach dem Ob, sondern die nach dem Wie. Entsprechend dem Selbstverständnis der Unternehmen und weiterer Akteure und Akteurinnen als auch der Erwartungshaltung unserer Gäste und Partner\*innen gilt es, Verantwortung zu übernehmen und diese zu dokumentieren. Dazu ist es unerlässlich, von Zeit zu Zeit die eigene strukturelle Aufstellung sowie die strategische Ausrichtung zu überprüfen. Ein Leitbild konkretisiert die Vision eines Unternehmens, in dem es sein Selbstverständnis und gültige Prinzipien beschreibt. Es dient als Referenzrahmen für zukünftiges Handeln.

Bei der Umsetzung der Nachhaltigkeitsbestrebungen spielt das Nachhaltigkeitsleitbild eine maßgebliche Rolle. Es steht ganz am Anfang, legt Prioritäten fest, formuliert Ansprüche und bildet als erster wesentlicher Meilenstein die Grundlage für Nachhaltigkeitsbemühungen.

Das Nachhaltigkeitsleitbild vermittelt nach innen und außen ein Verständnis dafür, warum Nachhaltigkeit für das Unternehmen wichtig ist. Zudem präsentiert es nicht nur das Engagement und die Nachhaltigkeitsziele, sondern unterstützt auch deren konsequente Umsetzung.

Diese Selbstverpflichtung zu Nachhaltigkeitsmaßnahmen kann entweder in ein bestehendes Unternehmensleitbild integriert werden oder als eigenständiges Leitbild für sich stehen.

Die transparente, greifbare Darstellung und klare Positionierung zu nachhaltigen Anliegen bieten Unternehmen die Möglichkeit, Glaubwürdigkeit zu erzielen und Vertrauen aufzubauen.



Tipp

## Nachhaltigkeitsleitbild

Sie haben in einem gemeinsamen Leitbild-Prozess ein Nachhaltigkeitsleitbild erarbeitet – und nun? Sie müssen das Rad nicht neu erfinden: Es gibt tolle Beispiele, wie touristische Unternehmen ihr Leitbild und ihre Aktivitäten dokumentieren und kommunizieren. Denken Sie z. B. nur an die in diesem Leitfaden vorgestellten Unternehmen im-jaich und Hotel Speicher am Ziegelsee. Oder den Leitfaden des TMV als Beispiel für Destinationen oder Verwaltungen.

Mehr Infos

[→ tmv.de/nachhaltigkeitsleitbild](https://tmv.de/nachhaltigkeitsleitbild)

# Nachhaltiges Destinationsmanagement

**D**ie Tourismusdestination ist die Ebene, auf der die touristischen Akteure und Akteurinnen der Region zusammenkommen. Hier finden die Tourismusaktivitäten mit all ihren Auswirkungen statt, hier trifft das Angebot auf die Nachfrage. Ein gut funktionierendes Management, das die verschiedenen Prozesse einer Destination dauerhaft und aktiv gestaltet, ist daher essenziell.

mit den Leistungsträger\*innen für ein in sich stimmiges, attraktives und umfassendes touristisches Angebot zu sorgen. Die DMO kann Akteure und Akteurinnen, Unternehmen und Projekte auf verschiedene Weise in ihrer nachhaltigen Ausrichtung unterstützen und die Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen fördern.

Hauptziel eines nachhaltigen Destinationsmanagements ist es, den touristischen Raum als handlungsfähige Wettbewerbseinheit zu etablieren, indem die positiven Wirkungen gefördert sowie negative ökonomische, ökologische und soziale/soziokulturelle Folgen möglichst minimiert werden. Es steht also vor der Herausforderung, die drei Nachhaltigkeitsdimensionen Wirtschaft, Umwelt und Soziales so auszubalancieren, dass eine erfolgreiche Entwicklung der Destination langfristig gesichert ist.

Als zuständige Instanz für Planung und Angebotsgestaltung, Marketing und eine geschlossene Servicekette ist die Destinationsmanagementorganisation (DMO) gefragt, zusammen



Best Practice

## Praxisleitfaden »Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus«

Wie können Tourismusdestinationen den komplexen Nachhaltigkeitsgedanken in die Praxis umsetzen?

Eine Orientierungshilfe und Anreize bietet der Praxisleitfaden »Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus – Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen«, den der Deutsche Tourismusverband gemeinsam mit dem Bundesumweltministerium, dem Bundesamt für Naturschutz sowie der BTE Tourismus- und Regionalberatung erstellt hat. Erstmals gibt es damit ein kostenfreies Standardwerk, das anhand eines praxistauglichen Kriterien-Sets aufzeigt, was Tourismusverantwortliche zur nachhaltigen Ausrichtung ihrer Destinationen tun können.

[→ Zum Praxisleitfaden](#)

## Checkliste

- Tourismuskonzepte bzw. -strategien entwerfen, die konkrete Ziele und Umsetzungsschritte einer nachhaltigen Ausrichtung des Tourismus enthalten
- Informationen zu Nachhaltigkeitsmaßnahmen bereitstellen
- Beratungsleistungen zu Nachhaltigkeitsmaßnahmen anbieten
- Vernetzungsaktivitäten der nachhaltigen Akteure und Akteurinnen untereinander unterstützen
- freiwillige Selbstverpflichtungen abgeben (z. B. Nachhaltigkeits-Commitment der Beteiligten oder Partnersysteme)
- bei Umwelt- und Nachhaltigkeitszertifizierungen unterstützen
- Fördermöglichkeiten einer nachhaltigen Ausrichtung bzw. den Zugang dazu unterstützen (z. B. Energieberatung)
- finanzielle Anreize für Projekte und Unternehmen mit Nachhaltigkeitsausrichtung setzen (z. B. vergünstigte Konditionen)
- Unternehmen mit touristischer Nachhaltigkeitsausrichtung herausstellen und hervorheben
- nachhaltige Tourismusangebote und -produkte markieren und bewerben
- neue nachhaltige Tourismusangebote und -produkte unter den Aspekten Ökonomie, Ökologie und Soziales entwickeln

# Zertifikate für nachhaltigen Tourismus

Nachhaltiges Reisen und nachhaltige Angebote im Urlaub sind im Trend. Sie werden von den Gästen immer stärker nachgefragt und touristische Anbieter\*innen stehen vor der Aufgabe, dieser Nachfrage gerecht zu werden. Eine Unterstützung sind Zertifikate und Qualitätssiegel, die den Gästen Orientierung geben und einen Nachweis für glaubwürdige und hochwertige Produkte darstellen. Als touristische Anbieter\*innen können Sie anhand von Nachhaltigkeitskriterien Ihre Angebote ökologisch, sozial und wirtschaftlich

nachhaltig gestalten, Ihre Umwelt- und Nachhaltigkeitsmaßnahmen zertifizieren lassen und durch das entsprechende Siegel nachweisen.

Hier finden Sie einen Überblick über einige Labels bzw. Zertifizierungssysteme.

**Mehr Infos und weitere Labels**  
 → [tmv.de/zertifikate-fuer-einen-nachhaltigen-tourismus](https://tmv.de/zertifikate-fuer-einen-nachhaltigen-tourismus)



**Reisen für Alle**  
 Hotelbetriebe, Gastronomie, Erlebnis-anbieter\*innen, Touristinformationen, Wanderwege, Orte  
 Zertifizierung in MV: TMV e. V.

→ [Deutschland-barrierefrei-erleben.de](https://deutschland-barrierefrei-erleben.de)



**Partner der Nationalen Naturlandschaften**  
 Hotelbetriebe, Gastronomie, Erlebnis-anbieter\*innen, Touristinformationen  
 Zertifizierung: Nationale Naturlandschaften

→ [Partner Nationale Naturlandschaften](#)



**Travelife**  
 Hotelbetriebe  
 Zertifizierung: Travelife Ltd

→ [staybetterplaces.com](https://staybetterplaces.com)



**Green Pearls**  
 Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe und Destinationen  
 Label: Green Pearls® GmbH Unique Places

→ [greenpearls.com/de](https://greenpearls.com/de)



**LANDGRÜN**  
 Beherbergungsbetriebe auf dem Land  
 Label: LandReise.de

→ [landgruen.eu](https://landgruen.eu)



**Viabono**  
 Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Tourist-Informationen, Reiseveranstalter\*innen, sonstige Betriebe  
 Zertifizierung: Viabono© GmbH  
 → [viabono.de](https://viabono.de)



**GreenSign**  
 Hotelbetriebe  
 Klassifizierung: InfraCert – Institut für Nachhaltige Entwicklung in der Hotellerie  
 → [greensign.de](https://greensign.de)



**BIO HOTELS**  
 Hotelbetriebe  
 Zertifizierung: Verein BIO HOTELS  
 → [biohotels.info](https://biohotels.info)



**ECOCAMPING**  
 nachhaltige Campingbetriebe  
 Zertifizierung: ECOCAMPING Service GmbH  
 → [ecocamping.de](https://ecocamping.de)



**Ländlichfein**  
 Gastronomiebetriebe und regionale Produzent\*innen  
 Zertifizierung in MV: ländlichfein e. V.  
 → [laendlichfein.de](https://laendlichfein.de)



**Greentable**  
 Gastronomiebetriebe  
 Zertifizierung: Greentable e. V.  
 → [greentable.org](https://greentable.org)



**TourCert**  
 Reiseveranstalter\*innen, Beherbergungsbetriebe und andere touristische Unternehmen  
 Zertifizierung: TourCert gGmbH  
 → [tourcert.org](https://tourcert.org)



**DEHOGA Umweltcheck**  
 Hotelbetriebe und Gastronomie  
 Klassifizierung: DEHOGA Umweltcheck  
 → [dehoga-umweltcheck.de](https://dehoga-umweltcheck.de)



**Green Key**  
 Hotelbetriebe und Freizeitparks  
 Zertifizierung: Deutsche Gesellschaft für Umweltbildung,  
 → [umwelterziehung.de/projekte/GreenKey](https://umwelterziehung.de/projekte/GreenKey)



**Familienurlaub MV – Geprüfte Qualität**  
 familienfreundliche Angebote und Unternehmen, Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, Tourismusorte und Erlebnispartner\*innen  
 Zertifizierung in MV: TMV e. V.  
 → [tmv.de/qmf](https://tmv.de/qmf)



**Bett+Bike**  
 fahrradfreundliche Beherbergungsbetriebe, Campingplätze, Gastbetriebe  
 Zertifizierung: ADFC Landesverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.  
 → [bettundbike.de](https://bettundbike.de)



**Wanderbares Deutschland**  
 Beherbergungsbetriebe, Gastronomie, Wanderwege und Regionen  
 Zertifizierung: Deutscher Wanderverband Service GmbH  
 → [wanderbares-deutschland.de](https://wanderbares-deutschland.de)

# Ansprechpartner\*innen für Qualität und Nachhaltigkeit

im Land:

**JOHANNES SCHULZ**  
Nachhaltigkeit

Telefon: +49 (0)381 40 30 678  
E-Mail: j.schulz@auf-nach-mv.de

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.  
Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock

**ANNE SEIFERT**  
Qualität

Telefon: +49 (0)381 40 30 653  
E-Mail: a.seifert@auf-nach-mv.de

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.  
Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock

in den Regionen:

## *Mecklenburgische Ostseeküste*

**HELENA KRAMER**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanagerin  
Mecklenburgische Ostseeküste

Telefon: +49 (0)151 52 85 7561  
E-Mail: h.kramer@auf-nach-mv.de

Sitz beim Verband Mecklenburgischer Ostseebäder e. V.  
Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock

## *Mecklenburg-Schwerin*

**MORITZ KIRCZEK**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanager  
Mecklenburg-Schwerin

Telefon: +49 (0)151 52 80 1141  
E-Mail: m.kirczek@auf-nach-mv.de

Sitz beim Tourismusverband Mecklenburg-Schwerin e. V.  
Puschkinstr. 44 (Altes Rathaus) · 19055 Schwerin

## *Mecklenburgische Seenplatte*

**SARAH MÖNNICH**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanager  
Mecklenburgische Seenplatte

Telefon: +49 (0)151 52 80 1140  
E-Mail: s.moennich@auf-nach-mv.de

Sitz beim Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e. V.  
Turnplatz 2 · 17207 Röbel/Müritz

## *Fischland-Darß-Zingst*

**KATJA KLUTTA**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanagerin  
Fischland-Darß-Zingst

Telefon: +49 (0)151 52 80 4898  
E-Mail: k.klutta@auf-nach-mv.de

Sitz beim Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e. V.  
Im Kloster 15 · 18311 Ribnitz-Damgarten

## *Vorpommern*

**SOPHIE WERNER**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanagerin  
Vorpommern

Telefon: +49 (0)151 52 80 5123  
E-Mail: s.werner@auf-nach-mv.de

Sitz beim Tourismusverband Vorpommern e. V.  
Fischstr. 11 · 17489 Greifswald

## *Rügen*

**JULIA KASISKE**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanagerin  
Rügen

Telefon: +49 (0)151 12 79 0820  
E-Mail: j.kasiske@auf-nach-mv.de

Sitz beim Tourismusverband Rügen e. V.  
Markt 25 · 18528 Bergen auf Rügen

## *Usedom*

**MERLE-MARIE MÜLLER**  
Qualität und Nachhaltigkeit – Regionalmanagerin  
Usedom

Telefon: +49 (0)151 52 33 5987  
E-Mail: m.mueller@auf-nach-mv.de

Sitz beim Tourismusverband Insel Usedom e. V.  
Strandstraße 23 · 17459 Loddin

Weitere Infos zum Thema Nachhaltigkeit  
(Weiterbildungen, Zertifikate, Fördermöglichkeiten  
und Leitfäden) unter:

➔ [tmv.de/de/nachhaltigkeit](https://tmv.de/de/nachhaltigkeit)

oder melden Sie sich zum Newsletter an:

➔ [tourismus.mv/themen/nachhaltigkeit](https://tourismus.mv/themen/nachhaltigkeit)

Impressum

**Herausgeber:** Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.  
Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock · fon +49 381 40 30-500  
fax -555 · info@auf-nach-mv.de · www.auf-nach-mv.de

**Gesamtherstellung:** WERK3 Werbeagentur GmbH  
Doberaner Str. 155 · 18057 Rostock · www.WERK3.de

**Titelmotiv/Motiv Rückseite:** TMV/Roth

Stand: 10/2022

Gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION  
Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung