

PACKEN WIR'S AN!

*Nachhaltigkeitstipps
für sächsische Tourismusunternehmen*

MIT
PRAKTISCHEN
CHECKLISTEN,
RECHENBEISPIELEN
UND GOOD
PRACTICES

SACHSEN. LAND VON WELT.

Inhaltsverzeichnis

1. Packen wir's an!

Darum geht es 4

2. Grundzutaten für den Erfolg

2.1. Prozessaufbau – Schritt für Schritt 8

2.2. Nachhaltigkeitszertifizierungen 10

2.3. Finanzierung und Förderung 12

2.4. Netzwerke und Partnerschaften 14

2.5. Mehr geht immer:
Nachhaltigkeitsbericht und CO₂-Bilanz 16

3. Vier Zutaten für eine höhere Wirtschaftlichkeit



3.1. Energieeffizienz 20

3.2. Wassersparen 24

3.3. Nachhaltiges Bauen und Sanieren 26

3.4. Regionalität und Einkauf vor Ort 30

4. Vier Zutaten für eine gesunde Umwelt und Natur

4.1. Umweltfreundliche Mobilität 34

4.2. Ressourcenschutz in der Küche 36

4.3. Abfallvermeidung und Recycling 40

4.4. Förderung der biologischen Vielfalt 44

5. Vier Zutaten für ein gutes Miteinander



5.1. Attraktive Arbeitswelt 48

5.2. Diversität und Inklusion 52

5.3. Barrierefreiheit 54

5.4. Erhalt der kulturellen und regionalen Identität 58

6. Zwei Zutaten für eine erfolgreiche Kommunikation

6.1. Markt- und zielgruppenorientierte Gästeansprache 62

6.2. Transparenz und Glaubwürdigkeit 64

1. Packen wir's an!

Unser Sachsen zukunftsfähig zu gestalten, liegt uns allen am Herzen: für uns, für unsere Kinder und unsere Enkel. Und was hat das mit nachhaltigem Tourismus zu tun? Eine ganze Menge!

Im Tourismus gestalten wir nicht nur Urlaubsträume, sondern auch Lebensräume. Unser Handeln beeinflusst nicht nur uns Betriebe, Unternehmerinnen und Unternehmer oder Organisationen im Tourismus, sondern auch unsere geschätzten Gäste und die Menschen, die hier leben und arbeiten. Das bedeutet auch, dass wir gemeinsam die Verantwortung tragen, die wichtigsten Grundlagen für unsere Zukunft als Tourismusbranche zu bewahren: eine attraktive und intakte Natur, eine einzigartige und authentische Kultur sowie lebenswerte Regionen für unsere Gäste und Mitarbeitenden.

Wir sind davon überzeugt, dass wir als nachhaltige Reiserregion erfolgreich sein können, heute und erst recht in der Zukunft. Dafür brauchen wir Ihr Mittun. Lassen Sie uns gemeinsam die notwendigen Veränderungen angehen, denn davon profitieren nicht nur unsere Kinder und Enkel. Auch aktuelle dringende Probleme, wie steigende Betriebskosten, der Fach- und Arbeitskräftemangel oder die sinkende wirtschaftliche Bedeutung des ländlichen Raumes lassen sich mit dem ganzheitlichen Ansatz der Nachhaltigkeit begegnen.

Müsste,
sollte,
könnte
Machen!

Arbeiten wir gemeinsam an einer zukunftsweisenden, nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Sachsen, an der Verbesserung unserer Umweltauswirkungen sowie dem Schutz und der Förderung unserer Natur. Setzen wir uns für die Bewahrung unseres kulturellen Erbes und von Subkulturen ein, fördern wir lokale Wirtschaftskreisläufe und verbessern wir unsere wirtschaftlichen Chancen. Gestalten wir attraktive Angebote und Produkte für uns, unsere Gäste und alle Menschen, die hier leben. Schaffen wir eine Arbeitswelt, in der wir gerne arbeiten und uns wohl fühlen. Damit sichern wir langfristig auch unseren wirtschaftlichen Erfolg. Packen wir's gemeinsam an!



Darum geht es

Willkommen im Praxisleitfaden für Nachhaltigkeit im Tourismus in Sachsen – Ihrem Wegweiser für eine zukunftsfähige, verantwortungsbewusste und erfolgreiche Tourismusbranche. Dieses Handbuch ist als praxisnahes Werkzeug konzipiert, um sächsische Tourismusunternehmen bei der Umsetzung ihres ganz individuellen Nachhaltigkeitsrezeptes zu unterstützen. Werfen wir zunächst einen Blick auf die fünf Grundzutaten für eine nachhaltigere Unternehmensführung, die in den folgenden Kapiteln im Detail dargestellt werden:

» Abb.: Unsere Zutaten einer nachhaltigen Unternehmensführung: Es gibt keine intakte Wirtschaft ohne eine intakte Gesellschaft. Und es gibt keine intakte Gesellschaft ohne eine intakte Umwelt. Eine authentische Kommunikation schafft Transparenz nach innen und außen.

MANAGEMENT:

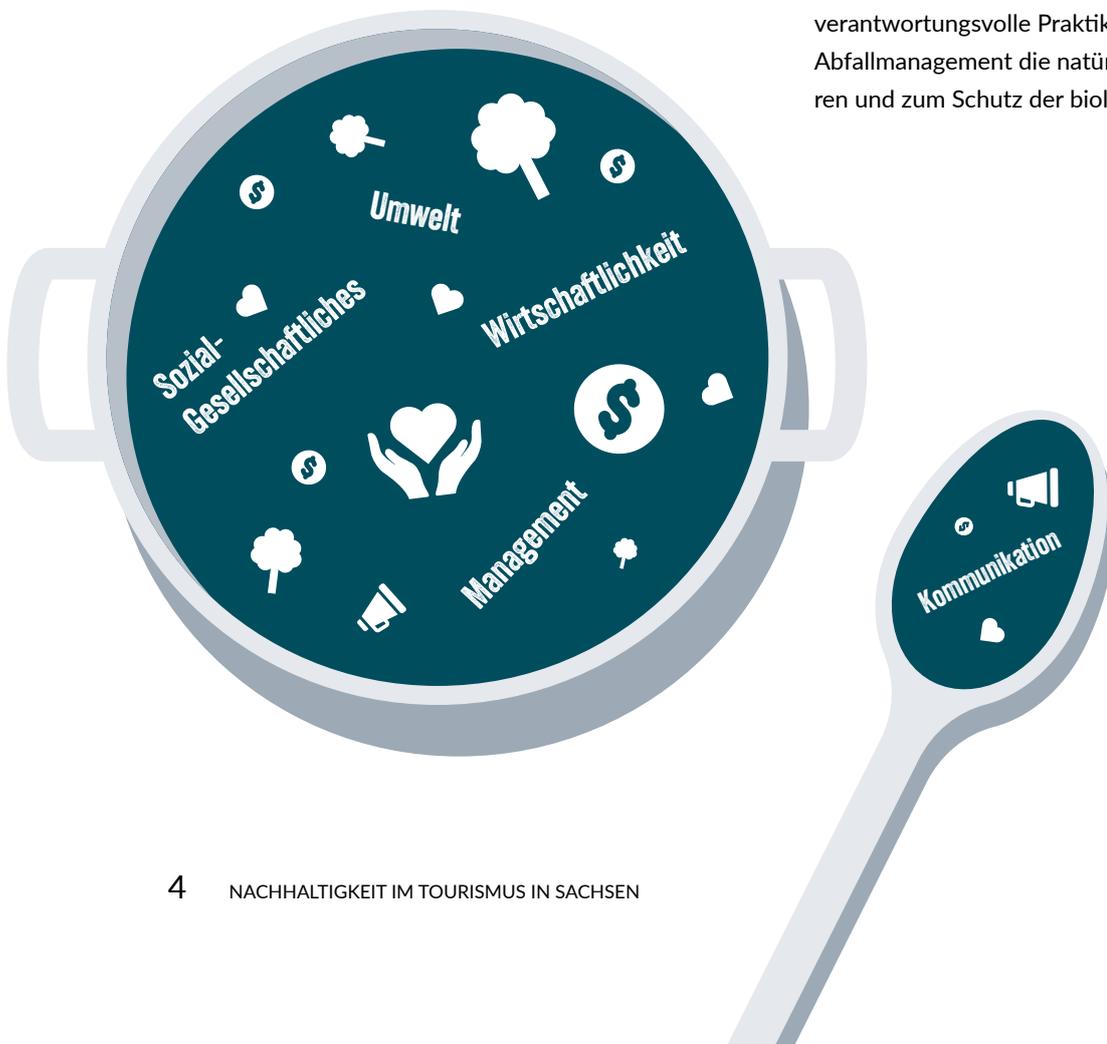
Das Gerüst für die erfolgreiche Umsetzung nachhaltiger Handlungsprinzipien wird in der Unternehmensführung geschaffen. Hier erfahren Sie, wie Sie durch Regeln und Prozesse, Netzwerke und Partnerschaften, die Grundlagen für eine nachhaltige Betriebsführung legen. Wir sagen Ihnen, welche Zertifizierungssysteme wirklich sinnvoll sind und zeigen Ihnen den Weg zu Fördermitteln und Finanzierungsmöglichkeiten.

WIRTSCHAFTLICHKEIT:

Nachhaltigkeit ist wirtschaftlich sinnvoll. In diesem Abschnitt zeigen wir Ihnen, wie Sie durch ein kluges Energie- und Wassermanagement, nachhaltiges Bauen und Sanieren sowie den Einkauf vor Ort die Kosten in Ihrem Betrieb langfristig senken und gleichzeitig die Umwelt schonen können.

UMWELT:

Gemeinsam wollen wir eines der Hauptreisemotive unserer Gäste schützen: unsere Natur in Sachsen. Wie können wir durch eine umweltfreundliche Mobilität, verantwortungsvolle Praktiken in der Küche und beim Abfallmanagement die natürlichen Ressourcen bewahren und zum Schutz der biologischen Vielfalt beitragen?



SOZIAL-GESELLSCHAFTLICHES:

Ein zukunftsfähiger Tourismus braucht ein starkes soziales Fundament und gutes Miteinander. Hier lernen wir, wie wir durch attraktive Arbeitsbedingungen, Diversität, Inklusion und Barrierefreiheit sowie die Wertschätzung der kulturellen und regionalen Identität einen positiven gesellschaftlichen Beitrag leisten und gleichfalls davon profitieren.

KOMMUNIKATION:

Transparenz ist der Schlüssel. Dieses Kapitel gibt Ihnen Werkzeuge an die Hand, um Ihr individuelles Nachhaltigkeitsengagement transparent zu kommunizieren und Gästegruppen wirksam anzusprechen.

Je nachdem, ob Sie einen Einstieg in das Thema Nachhaltigkeit suchen oder bereits mit Ihren Mitarbeitenden an der Umsetzung arbeiten: Jedes Kapitel bietet nicht nur theoretische Einblicke, sondern auch praktische Tipps und Handlungsempfehlungen, die auf die spezifischen Bedürfnisse und Herausforderungen der Tourismusbetriebe in Sachsen zugeschnitten sind. Wir rechnen Ihnen aus, was Maßnahmen wirklich bringen und stellen Good Practices vor. Begeben wir uns gemeinsam auf den Weg in eine nachhaltigere Zukunft, in der Ihr Unternehmen floriert – und oder gerade weil es einen wertvollen Beitrag für die Umwelt und Gesellschaft leistet.

Davon werden Sie profitieren:

- Einsparen von Kosten und Ressourcen (z. B. für Energie, Wasser und Abfall)
- Verbesserung der Chancen auf Darlehen von Banken und Förderprogramme
- Positionierung als attraktiver Arbeitgeber (Fachkräftegewinnung und -bindung)
- Verbesserung der Motivation der Mitarbeitenden sowie der Arbeitsprozesse
- Frühzeitiges Erkennen von Geschäftsrisiken und -chancen
- Langfristige Sicherung der eigenen Rentabilität
- Steigerung der Aufenthaltsqualität der Gäste
- Erschließen neuer Marktsegmente und Kundengruppen
- Erreichen einer höheren Gästezufriedenheit und Weiterempfehlungsquote
- Steigerung der Qualität von bestehenden Angeboten
- Verbesserung von Image und Reputation durch starke Werte und Marke
- Vernetzung und gemeinsame Entwicklung attraktiver Angebote mit Partnern
- Zukunftsfähige Weiterentwicklung des Tourismus in der Region



2. Grundzutaten für

den Erfolg

Entdecken Sie, wie Ihr Tourismusbetrieb durch ein effektives Nachhaltigkeitsmanagement die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen kann. Dieses Kapitel führt Sie durch die Umsetzung von klaren Regeln und Prozessen, die Ihnen helfen, Nachhaltigkeitsziele zu erreichen und gleichzeitig die betriebliche Effizienz zu steigern.

Erfahren Sie, wie Zertifikate nicht nur für Ihr Engagement werben, sondern vor allem als Leitfaden für kontinuierliche Verbesserungen dienen können. Wir beleuchten die Wege der Finanzierung und Förderung, um nachhaltige Projekte nicht nur als Kostenfaktor, sondern als Investition in die Zukunft zu betrachten. Zudem zeigen wir auf, wie Sie durch den Aufbau von Netzwerken und Partnerschaften Synergien schaffen und gemeinsam für den Erfolg der Tourismusbranche in Sachsen arbeiten können. Ambitionierte Betriebe erfahren, wie die Nachhaltigkeitsberichterstattung und CO₂-Bilanzierung ein transparentes Nachhaltigkeitsmanagement abrunden können.

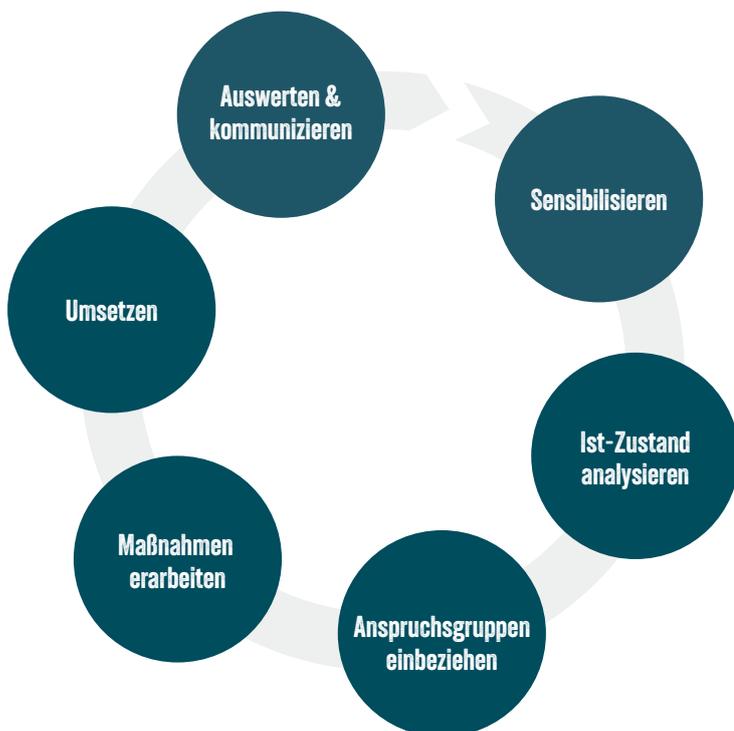


2.1. Prozessaufbau – Schritt für Schritt

Die gute Nachricht vorweg: Sie sind schon mitten in dem Prozess, nachhaltiger am Markt zu agieren. Überrascht? All unsere (Geschäfts-)Entscheidungen haben Einfluss auf andere – positiv und manchmal auch negativ. Wenn Sie also nicht gerade ein neues Unternehmen gründen, dann sind Sie bisher mehr oder weniger nachhaltig am Markt aktiv.

Nachhaltigkeit ist als ein Eigenschaftswort zu betrachten. Wie schaffe ich es, meine Energiekosten zu senken? Wo und bei wem kaufe ich ein? Wie beteilige ich meine Mitarbeitenden am Unternehmenserfolg? Unser bisheriges Tun wird neu betrachtet, Einflussfaktoren miteinander vernetzt und einzelne Abläufe nach neuer Abwägung angepasst.

Und wie wird man nun noch nachhaltiger? Ihren bisherigen Weg gehen Sie weiter, nur dass Sie Schritt für Schritt die Stellschrauben finden und nutzen, um die positiven Effekte Ihres Unternehmertums zu halten und auszubauen und die für andere negativen Effekte zu minimieren.



Auch kleine Veränderungen in Ihren Betriebsabläufen können bereits eine positive Wirkung erzielen. Klingt einfach, ist aber eine ziemlich komplexe Angelegenheit. Denn ausnahmslos jeder Stein wird einmal umgedreht, beleuchtet und gegebenenfalls neu platziert.

Unterstützen können hier erprobte Managementsysteme aus Zertifizierungen. Sie strukturieren die Vorgehensweise und verankern den Optimierungsprozess in unseren üblichen Abläufen. Je komplexer Ihr Geschäftsbetrieb, desto hilfreicher kann eine Zertifizierungsprozess sein. Informationen zu empfehlenswerten Zertifizierungen stellen wir in [Kapitel 2.2](#) vor.

Falls eine Zertifizierung nicht zu Ihrem Unternehmen passt oder einfach schlichtweg zu teuer erscheint, können Sie natürlich auch allein anfangen. Dieser Leitfaden gibt Ihnen eine erste Orientierung über die komplexen Themen nachhaltigeren Handelns.

Ein kontinuierlicher Nachhaltigkeitsprozess kann uns dabei helfen, unsere Prioritäten nicht aus den Augen zu verlieren und nachhaltige Maßnahmen ganzheitlich in unserem Betrieb zu verankern – in den Köpfen, als auch den Herzen und Händen unserer Mitarbeitenden, Partner und Gäste. Er umfasst die kritische Betrachtung unserer gegenwärtigen Situation, die Festlegung von Zielen, das Einbinden wichtiger Interessensgruppen (z. B. Mitarbeitende und Lieferanten), die Integration von Nachhaltigkeitspraktiken in die Unternehmensführung und unsere tägliche Arbeit. Je nachdem, welche Ressourcen wir aufbringen können und wollen, entwickeln wir einen konkreten Maßnahmenplan oder eine Nachhaltigkeitsstrategie. Um sicher zu stellen, dass wir auf dem richtigen Weg sind, führen wir regelmäßige Kontrollen unseres Fortschritts, eine Berichterstattung bzw. Information nach außen, kontinuierliche Verbesserungen und Schulung der Mitarbeitenden durch und suchen nach innovativen Lösungen zur Förderung der Nachhaltigkeit.

» **Abb.:** Kontinuierlicher Nachhaltigkeitsprozess im Unternehmen (eigene Darstellung)

Legen wir gleich los!

Lassen Sie uns anhand der folgenden Fragen schauen, wo Ihr Unternehmen bezüglich einer nachhaltigen Betriebsführung gerade steht, welche Maßnahmen Sie künftig angehen möchten und wie Sie diese strukturiert umsetzen.

Wo stehen wir als Unternehmen momentan?

Wie jede Entwicklung in unserem Unternehmen, benötigt auch ein Nachhaltigkeitsprozess eine Betrachtung der gegenwärtigen Situation, um Verbesserungspotentiale aufzudecken:

- Wer und was ist von unserem unternehmerischen Handeln wie betroffen (z. B. Umwelt, Mitarbeitende, Gäste, Gesellschaft)?
- Welche Geschäftschancen und -risiken haben wir, wenn wir uns (nicht) um Nachhaltigkeitsthemen kümmern?
- Welche Grundlagen und Maßnahmen für Nachhaltigkeit gibt es bereits in unserem Unternehmen?

Wie wollen wir die Verantwortung für Nachhaltigkeit in unserem Betrieb organisatorisch verankern?

- Geschäftsführung leitet das Thema
- Aufbau eines Nachhaltigkeitsteams

Welche finanziellen, zeitlichen und personellen Ressourcen wollen wir investieren?

- Monatliche Treffen des Nachhaltigkeitsteams à 2 h
- ¼ Stelle für Nachhaltigkeitsverantwortliche
- 10 % des Gewinns

Was erwarten meine Gäste, Mitarbeitenden, Lieferanten? Welche Anspruchsgruppen habe ich überhaupt und welche sind besonders wichtig für mich, z. B. da sie einen hohen Einfluss auf mein Unternehmen haben?

- Online-Befragung durchführen und auswerten (z. B. mit gängigen kostenfreien Plattformen, wie SurveyMonkey oder Limesurvey)
- Direkte Abfrage beim Check-out der Gäste
- Befragungsbögen in Zimmern, in Speisekarten oder an Rezeption

Was ist unsere Motivation für das Thema Nachhaltigkeit?

- Es ist der Unternehmensleitung und den Mitarbeitenden wichtig.
- Unser Betrieb muss gesetzliche Anforderungen bezüglich Umwelt- und Sozialstandards einhalten.
- Wir sehen, dass Gäste zukünftig mehr von uns erwarten werden, besonders die jüngeren Zielgruppen.

Welches Ziel verfolgen wir?

Wo wollen wir bezüglich des Themas landen?

- Unser Ziel ist es, unsere Kosten zu verringern und unser Unternehmen stabiler aufzustellen. Gleichfalls wollen wir unsere negativen Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft verringern und unsere positiven vergrößern.
- In Zusammenarbeit mit unseren wichtigen Anspruchsgruppen, d. h. unseren Mitarbeitenden, Gästen und Lieferanten, erarbeiten wir einen Maßnahmenplan für die Bereiche attraktive Arbeitsbedingungen, Mitarbeitergesundheit, Verringerung unseres Wasser-, Abfall-, und Energieverbrauchs und das gesellschaftliche Engagement in gemeinsamen lokalen Projekten. Zur Umsetzung stellen wir entsprechende Ressourcen bereit.
- Dabei schauen wir jährlich auf Veränderungen innerhalb und außerhalb des Unternehmens, um Geschäftschancen und -risiken frühzeitig erkennen zu können. Unsere Maßnahmen messen wir mit geeigneten Kennzahlen, um Auswirkungen erfassen zu können. Jedes Jahr überprüfen und aktualisieren wir unseren Maßnahmenplan.



Good Practice

GREEN TEAM IM BILDERBERG BELLEVUE HOTEL DRESDEN



Nachhaltigkeit hat viele Facetten. Entsprechend betrifft dieses Thema ausnahmslos jede Abteilung und jeden Bereich eines touristischen Betriebes. Das Bilderberg Bellevue Hotel Dresden setzt beim Thema Nachhaltigkeit daher nicht auf einen einzigen Nachhaltigkeitsbeauftragten, sondern gleich ein ganzes Green Team: Mindestens ein Mitarbeitender pro Abteilung kommt zu den einmal im Quartal stattfindenden Green Meetings: Küche, Housekeeping, Front Office, Technik und das Veranstaltungsmanagement. Alle mit ihrem ganz eigenen Blickwinkel auf den Hotelalltag sitzen an einem Tisch, legen Ziele und Maßnahmen zur Umsetzung der gemeinsamen Nachhaltigkeitsmission fest. Außerdem streuen die Mitglieder des Green Teams alle Informationen auch in ihren Abteilungen, um wirklich alle im Betrieb zu informieren und ins Boot zu holen. Nachhaltigkeit gelingt eben nur durch die enge Zusammenarbeit von Leitung und Belegschaft – mit viel Vertrauen und gegenseitiger Wertschätzung.

sachsen.tourismusnetzwerk.info

2.2. Nachhaltigkeitszertifizierungen

Was genau müssen wir tun, um unseren Betrieb nachhaltiger zu gestalten? Eine Nachhaltigkeitszertifizierung kann gerade dann, wenn sie durch ein intensives Coaching begleitet wird, eine ausgezeichnete Unterstützung bei der individuellen Entwicklung des eigenen Unternehmens sein. Das strukturierte Durchlaufen des Zertifizierungsprozesses anhand transparenter Prüfkriterien kann dabei unterstützen, wichtige Stell-schrauben für eine nachhaltigere Betriebsführung zu identifizieren und ökologische, soziale und/oder ökonomische Maßnahmen Schritt für Schritt umzusetzen.

Mit dem erreichten Zertifikat kommunizieren Sie gleichzeitig Ihr Engagement an (potentielle) Mitarbeitende und Gäste. Nachhaltigkeits- und Umweltlabels zeigen, dass sich ein Betrieb freiwillig und über die gesetzlichen Normen hinaus für die Zukunft der Generationen engagiert. Für einige Gästegruppen kann ein Nachhaltigkeitsiegel eine wichtige Entscheidungshilfe sein, für Geschäftsreisende ist der transparente Nachweis des Nachhaltigkeits- und Umweltengagements eines Dienstleisters inzwischen häufig sogar eine verpflichtende Voraussetzung für eine Buchung. Touristische Anbieter können ihr Nachhaltigkeitsengagement mit entsprechenden Siegeln sichtbar, transparent und glaubwürdig belegen.



DAS HOTEL KÖNIG ALBERT IN BAD ELSTER HAT WAS ZU FEIERN!

Zum sechsten Geburtstag gab's das GreenSign Level 3 für Nachhaltigkeit. Eine Auszeichnung für das gesamte Team, das im Rahmen des umfangreichen und anspruchsvollen Zertifizierungsprozesses das Leitbild neu ausrichtete und zielführende Maßnahmen in sämtlichen Unternehmensbereichen entwickelte, um den besten Komfort für seine Gäste mit Nachhaltigkeit zu vereinen. Die Auditoren von Infracert betätigen damit, dass das Vier-Sterne-Superior-Haus in allen sieben geprüften Kernbereichen voll auf Kurs ist – von der Biowurst bis zur E-Auto-Flotte. Ob lokale Zutaten, Bienenschutz oder weniger Food Waste, Hoteldirektor Marc Cantauw und sein Team arbeiten gemeinsam mit viel Herzblut weiter daran, noch ein Stückchen besser zu werden. Nachhaltigkeit ist schließlich kein Kurz sprint, sondern ein Langstreckenmarathon.

www.hotelkoenigalbert.de

Mehr Infos

Übersicht zu Nachhaltigkeits-Labels in Tourismus & Gastgewerbe:

Qualitätsbericht Sachsen:

www.ltv-sachsen.de

Tourismusnetzwerk Sachsen:

www.sachsen.tourismusnetzwerk.info

Nicht das passende Nachhaltigkeitszertifikat dabei? Der digitale „Label Guide Tourismus“ stellt ausgewählte Gütesiegel vor, die eine hohe Qualität garantieren, weil sie ein breites Nachhaltigkeitspektrum abdecken, unabhängig sind und international anerkannten Standards entsprechen.

www.tourismus-labelguide.org



DURCHBLICK IM LABEL-DSCHUNGL

Welches System ist das Richtige für uns? Nachhaltigkeitslabels haben unterschiedliche Schwerpunktsetzungen. Einige Zertifizierungssysteme legen einen Fokus auf Umwelt & Klimaschutz, während andere auch weitere Aspekte im Zusammenhang mit den verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit umfassen. Liegt ein touristisches Unternehmen im Einzugsbereich eines Nationalparks, Biosphärenreservats oder Naturparks, kann sich Ihr Betrieb auch mit dem Siegel des lokalen

Partnernetzwerkes (z. B. Nationalpark-Partner) auszeichnen lassen und so zeigen, dass er sich für Umwelt und Natur engagiert. Darüber hinaus gibt es Zertifikate für spezifische Betriebsarten (z. B. nachhaltige Campingplätze). Zur Einführung eines konsequenten Nachhaltigkeitsmanagements in Ihrem Unternehmen eignen sich u. a. folgende Nachhaltigkeitslabels und Zertifizierungssysteme:

» **Abb.:** Übersicht Nachhaltigkeits-Labels in Tourismus & Gastgewerbe
(Quelle: [Landestourismusverband Sachsen e. V.](#))

		Hotels	Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen	Ferienhäuser, -wohnungen und -zimmer	Gastronomie, Restaurant	Campingplätze	Jugendherbergen	Kommunen/Orte	Touristinformationen	Freizeiteinrichtungen
	BIO HOTELS	☑	☑	☑	*					
	Certified Green Hotel	☑								
	DEHOGA Umweltcheck	☑	☑		☑					
	Ecocamping					☑				
	EMAS	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	EU Ecolabel	☑	☑	☑		☑	☑			
	Green Globe	☑	☑	**	☑	☑	☑		☑	☑
	Green Key	☑	☑	☑		☑				☑
	Green Sign	☑	☑	☑	☑		☑		☑	☑
	Ökoprofit	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	TourCert	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	Viabono	☑	☑	☑	☑	☑	☑			

* wenn das Restaurant zu einem Hotel dazugehört

** Ferienheime können zertifiziert werden. Es hängt jedoch von ihrer Managementstruktur ab.

2.3. Finanzierung und Förderung

„Klar, wir würden unser Angebot auch gern nachhaltiger machen, aber dann sind da die Kosten...“. Keine Sorge! Einige Schritte hin zu mehr Nachhaltigkeit in Betrieben brauchen kaum oder nur geringe Investitionen. Viele, praktische Tipps mit großer Wirkung, die sich auch noch finanziell auszahlen, gibt es in den folgenden Kapiteln.

Die richtig großen Veränderungen benötigen natürlich Budget – zum Glück gibt's da zahlreiche Unterstützungsmöglichkeiten. Von Zuschüssen und Darlehen über EU, Bund und Länder bis hin zu Krediten von der Hausbank – es gibt für fast alles eine passende Lösung. Also, Augen auf und informieren!

Sie überlegen, in Ladeinfrastruktur oder Photovoltaikanlagen zu investieren? Oder geht's um Heizung, Hochwasserschutz, Renovierungen oder Projekte zur Kreislaufwirtschaft? Bei der Vielfalt an Fördermöglichkeiten unter dem Begriff Nachhaltigkeit den Überblick zu behalten, ist nicht leicht. Praktische Fördermitteldatenbanken geben einen guten Überblick. Ihr spezifisches Vorhaben liefert das perfekte Stichwort für die Suche nach den passenden Fördermitteln.

Am besten, Sie lassen sich (kostenfrei) von Förderbanken oder Branchenverbänden beraten. Hier erhalten Sie ausführliche Informationen zu allen Finanzierungsmöglichkeiten und passgenaue Empfehlungen für Ihr Projekt.



Mehr Infos

Fördermitteldatenbanken:

Förderdatenbank des Bundes:
www.foerderdatenbank.de

Förderwegweiser Tourismus:
www.foerderwegweiser-tourismus.de

DEHOGA Fördermittelwegweiser:
energiekampagne-gastgewerbe.de

Portal SAB:
www.sab.sachsen.de

Beratung:

Sächsische
Aufbaubank (SAB):
www.sab.sachsen.de

Industrie- und
Handelskammer Ihrer Stadt (IHK),
z. B. Dresden:
www.ihk.de/dresden

A photograph of two women sitting at a table in a meeting. The woman on the left is wearing a white sleeveless top and holding a pen. The woman on the right is wearing a light-colored long-sleeved top. They are looking at documents on the table.

Gut zu wissen!

Eine nachhaltige Unternehmensführung zahlt sich auch bei Ihren Finanzierungsvorhaben aus! Mehr und mehr Richtlinien haben Nachhaltigkeitskriterien in ihre Voraussetzungen für eine Förderung aufgenommen (z. B. GRW „Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“). Auch bei einigen Krediten können Sie von Tilgungszuschüssen profitieren (z. B. SAB Sachsenkredit „Gründen und Wachsen“). Aufgrund der Entwicklungen im Finanzsektor (Stichwort: „EU-Taxonomie“) ist mit einer Ausweitung dieser Maßnahmen zu rechnen.

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Überprüfen, welche Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit sich kostenfrei oder ohne große Investitionen umsetzen lassen (siehe Tipps in den Kapiteln dieses Leitfadens)
- Information und Beratung zu möglichen Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten über Fördermitteldatenbanken und -berater für größere Projekte

MEHR GEHT IMMER

- Umziehen des Geschäftskontos zu einer nachhaltigen Bank
- Auswahl nachhaltiger Versicherungsanbieter (Betriebshaftpflicht, Rechtsschutz usw.)
- Anlegen von Gewinnen in nachhaltige Finanzprodukte

2.4. Netzwerke und Partnerschaften

Vernetzung, Kooperationen und Partnerschaften spielen eine bedeutende Rolle im Tourismussektor. Sie ermöglichen es, Kräfte zu bündeln. Am besten kooperieren wir entlang der gesamten Servicekette, um Gäste zielgenau zu beraten, zu informieren und ihnen einen einzigartigen und wundervollen Aufenthalt zu bieten. Aber auch gemeinsame Umweltschutzmaßnahmen und Krisenbewältigungspläne, wie in Hochwasserfällen, werden gemeinsam effektiver umgesetzt. Partnerschaften bringen unser Unternehmen voran und unsere Wirtschaft und unsere Region weiter.

Schauen Sie, welche Themenbereiche Ihnen besonders wichtig sind (z. B. Förderung des Biolandbaus, Förderung des regionalen Handwerks und Tradition, Naturschutz, Etablierung erneuerbarer Energien, Kultur und Projekttheater) und suchen Sie gezielt nach entsprechenden Partnerunternehmen, Vereinen und Organisationen, welche sich darin engagieren. Finden Sie in einem Gespräch heraus, ob und wie Sie sich gegenseitig helfen und Themen gemeinsam weiterentwickeln können – und wenn's passt, auf geht's in die Zusammenarbeit!



„RAINKOST OBERMÜHLE“ – SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Einer für alle, alle für einen: Das Projekt „RainKost Obermühle“ schafft im Herzen der Oberlausitz durch die partnerschaftliche und enge Zusammenarbeit eines ökologischen Landwirtschaftsbetriebs mit verschiedenen Gastronomen der Region ein innovatives Netzwerk mit klaren Vorteilen für alle. Basierend auf dem Ansatz der solidarischen Landwirtschaft erhalten alle beteiligten Gastronomen, die das Ganze mit einer Art „Flatrate“ finanzieren, wöchentliche Ernteteile. Mittlerweile können Gäste das Gemüse aus permakulturellem, biointensiven Anbau, an dem auch Menschen mit Behinderung mitwirken, in 21 Restaurants genießen. Eine Win-Win-Situation für die gesamte Region.

🔗 www.obermuehle-goerlitz.de

Auf der Suche nach starken Partnern für ein gemeinsames Nachhaltigkeitsengagement? Werfen wir einen Blick auf ein paar sächsische und bundesweite Netzwerke und Institutionen, die sich für eine nachhaltige (Tourismus-) Entwicklung einsetzen.

Netzwerke und Initiativen für einen nachhaltigeren Tourismus:

- » **Tourismusnetzwerk Sachsen:**
Branchenspezifische Informationen, Leitfäden, Schulungsvideos und Veranstaltungsinformationen rund um den nachhaltigen Tourismus in Sachsen
[🔗 www.sachsen.tourismusnetzwerk.info](http://www.sachsen.tourismusnetzwerk.info)
- » **DEHOGA Sachsen e.V.:**
Projekte, Initiativen, Informationen, Veranstaltungen sowie Zertifizierung zum Thema Nachhaltigkeit für das Gastgewerbe in Sachsen
[🔗 www.dehoga-sachsen.de](http://www.dehoga-sachsen.de)
- » **Industrie- und Handelskammern Sachsens:**
Hilfestellungen und Beratungsleistungen für mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Unternehmen, von Beratern über Weiterbildungsformate bis hin zu Förderprogrammen
- IHK Dresden:**
[🔗 www.ihk.de/dresden](http://www.ihk.de/dresden)
- IHK zu Leipzig:**
[🔗 www.leipzig.ihk.de](http://www.leipzig.ihk.de)
- IHK Chemnitz:**
[🔗 www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- » **Deutscher Tourismusverband e.V.:**
Leitfäden, Wettbewerbe und Förderbekanntmachungen zum Nachhaltigkeitsmanagement in Destinationen
[🔗 www.deutschertourismusverband.de](http://www.deutschertourismusverband.de)
- » **Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele:**
Handbücher, Leitfäden, Good Practices und Veranstaltungshinweise rund um den nachhaltigen Tourismus in Deutschland
[🔗 www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de](http://www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de)
- » **Futouris e.V.:**
Brancheninitiative mit Wissensecke und Werkzeugen zum nachhaltigen Tourismus
[🔗 futouris.org](http://futouris.org)
- » **Kompetenzzentrum Grüne Transformation des Tourismus:**
Publikationen und Veranstaltungen zum Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit
[🔗 www.kompetenzzentrum-tourismus.de](http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de)
- » **Umweltbundesamt:**
Studien, Tools und Umsetzungshilfen für einen nachhaltigen Tourismus
[🔗 www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)

Branchenübergreifende Netzwerke und Initiativen:

- » **Landesverband Nachhaltiges Sachsen e.V.:**
Begleitung von strategischen Prozessen zur nachhaltigen Entwicklung, Durchführung von Projekten und Bildungsformaten, Datenbank für Projekte, Beratung und Veranstaltungen, Bereitstellung von Bildungsmaterialien für eine nachhaltige Entwicklung
[🔗 nachhaltigiges-sachsen.de](http://nachhaltiges-sachsen.de)
 - » **Regionale Netzstellen Nachhaltigkeitsstrategien:**
Veranstaltungen, Wettbewerbe sowie Beratungs- und Bildungsangebote für Kommunen, Unternehmen, Politik und Verwaltung
[🔗 www.renn-netzwerk.de](http://www.renn-netzwerk.de)
 - » **Sächsische Hans-Carl-von-Carlowitz-Gesellschaft e.V.:**
Vorträge, Kolloquien und Ausstellungen zum Thema Nachhaltigkeit, Bildung für nachhaltige Entwicklung, Wissensvermittlung sowie nationale und internationale Vernetzung
[🔗 www.carlowitz-gesellschaft.de](http://www.carlowitz-gesellschaft.de)
 - » **Klimaschutznavigator:**
Hilfestellung und Anleitungen von der Emissionsbilanzierung über Klimaschutz-Strategien bis zur Klima-Kommunikation
[🔗 www.allianz-entwicklung-klima.de](http://www.allianz-entwicklung-klima.de)
 - » **Gemeinschaftswerk Nachhaltigkeit:**
Bundesweite, offene Plattform zur Vernetzung von Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft mit Aktionswochen, Auszeichnungen und Innovationswettbewerben
[🔗 www.gemeinschaftswerk-nachhaltigkeit.de](http://www.gemeinschaftswerk-nachhaltigkeit.de)
 - » **UN Global Compact Netzwerk Deutschland:**
Publikationen, E-Learnings und Webinare für eine nachhaltige Unternehmensführung und Klimaschutz
[🔗 www.globalcompact.de](http://www.globalcompact.de)
- Weitere Netzwerke und Partner für Kooperationen werden in den folgenden thematischen Kapiteln vorgestellt.

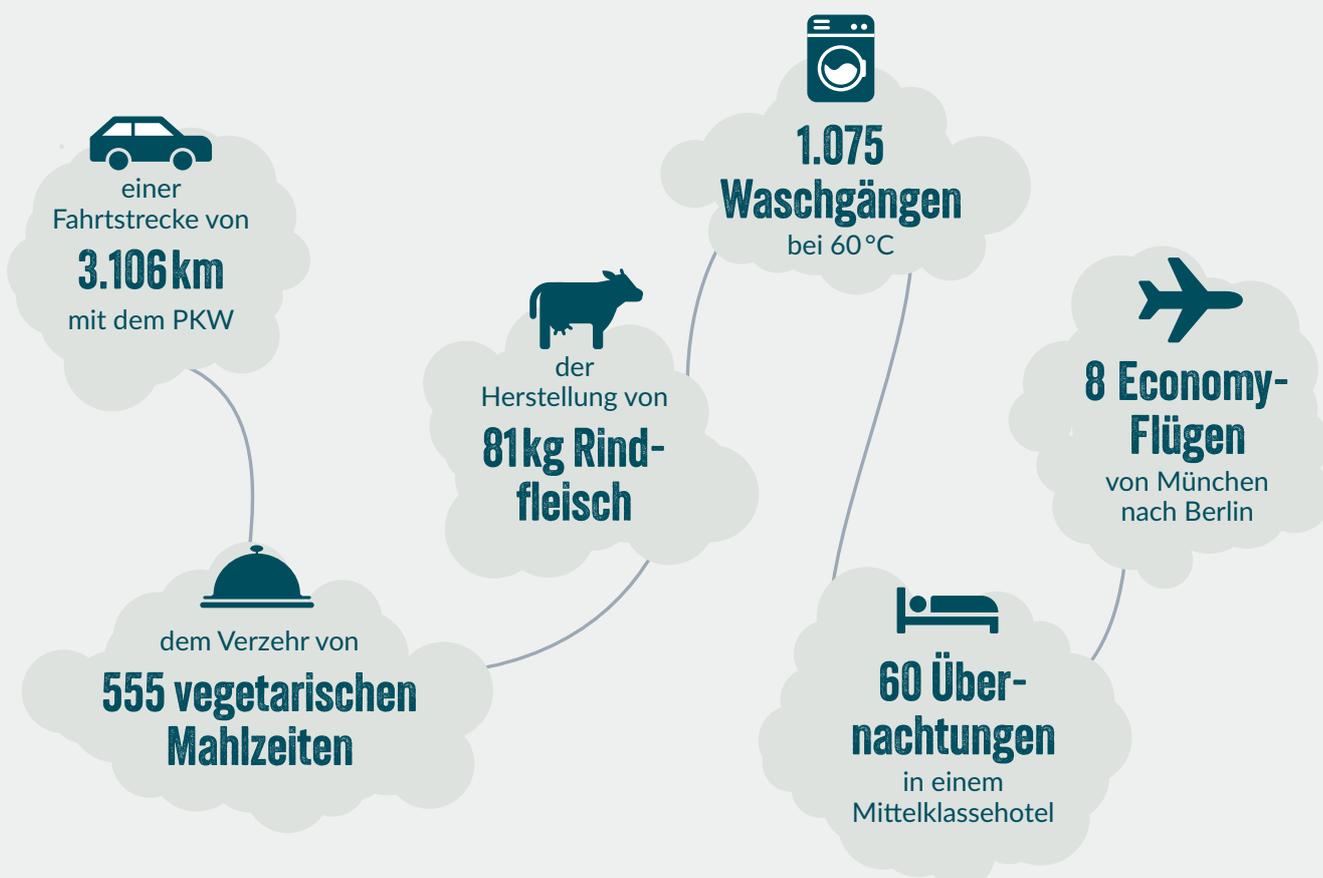
2.5. Mehr geht immer: Nachhaltigkeitsbericht und CO₂-Bilanz

Zahlen Sie Ihren Mitarbeitenden angemessene Löhne? Entsorgen Sie Ihren Müll umweltgerecht? Nehmen Sie Rücksicht auf die natürlichen Ressourcen, z. B. bei der Wasser- und Energieversorgung? Wieviel CO₂-Emissionen entstehen pro Gast? Als Tourismusunternehmen tragen Sie Verantwortung für die Bedingungen, unter denen die Reisen Ihrer Gäste stattfinden.

Auch wenn kleinere Unternehmen bislang nicht zu einer Nachhaltigkeitsberichterstattung verpflichtet sind, kann es durchaus Sinn machen die Standards zu nutzen, um Kreditinstituten und berichtspflichtigen Partnerunternehmen Ihre Bemühungen um eine nachhaltige Unternehmensführung nachzuweisen.

eine Tonne CO₂ entspricht ...

» Abb.: Wie viel ist eine Tonne CO₂?
(Quelle: Eigene Darstellung basierend auf
[ClimatePartner](#), [DEHOGA](#), [ifeu](#))



*CO₂-Äquivalente (CO₂e) sind eine Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung der unterschiedlichen Treibhausgase. Neben dem wichtigsten von Menschen verursachten Treibhausgas Kohlendioxid (CO₂) gibt es weitere Treibhausgase, wie beispielsweise Methan oder Lachgas.

In Nachhaltigkeitsberichten können Unternehmen transparent Auskunft darüber geben, welche sozialen, ökologischen und ökonomischen Auswirkungen die eigene Geschäftstätigkeit hat. Das reicht von der Produktentwicklung und das interne Management, über die Beziehung zu Kunden bis hin zur Wahl der Lieferanten – auch in anderen Ländern.

Die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ist eine Richtlinie der Europäischen Union zur Berichterstattung von Nachhaltigkeit und bringt klar definierte Standards mit sich: Die European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Mit der neuen CSRD verfolgt die EU das Ziel, die europäische Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erweitern, zu verbessern und zu vereinheitlichen.

CO₂-BILANZIERUNG

Wir mögen, können und wollen es vielleicht nicht (mehr) hören, aber auch der Tourismus trägt zum Klimawandel bei und verursacht Treibhausgasemissionen. Und CO₂e-Emissionen*, ganz egal ob natürlich oder menschengemacht, führen zum Treibhauseffekt. Diesen benötigen wir dringend, damit die Erde warm genug für uns ist. Zu viele Emissionen jedoch schaden uns und heizen den Klimawandel an.

Das Messen von Treibhausgasemissionen ist unlängst in der Praxis angekommen: Städte, Kommunen und Betriebe bilanzieren ihre Emissionen, um große Verursacher zu identifizieren und Strategien für den Klimaschutz daraus ableiten zu können. Doch wo entstehen die meisten CO₂e-Emissionen in unserer Branche?

Bekannt ist: Die An- und Abreise sowie die Fortbewegung vor Ort verursachen im Rahmen einer Reise den größten Anteil an Treibhausgasen. Neben der Mobilität haben jedoch auch andere Aspekte entlang der touristischen Servicekette einen Einfluss auf die verursachten Emissionen: Woher kommt das Essen in Ihrem Restaurant oder wie beheizen Sie Ihr Hotel?

Und wer fällt unter die Berichtspflicht der CSRD?
Alle Unternehmen, die zwei der folgenden drei Kriterien erfüllen:

Bilanzsumme
> 25 Mio. Euro

Nettoumsatzerlöse
> 50 Mio. Euro

Zahl der Beschäftigten
> 250



Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK) ist ein international anerkannter, kostenloser und frei zugänglicher Standard für die Berichterstattung von Unternehmen über ihre Nachhaltigkeitsleistungen. Er bietet gerade für kleinere Betriebe einen kostenlosen Zugang und viele Hilfestellungen für das Erfassen der eigenen Bemühungen. Besonders praktisch: der DNK wird von vielen Kreditinstituten und Förderrichtlinien als Standard für den Nachweis von Nachhaltigkeitskriterien anerkannt. Der DNK sieht zudem vor, auch die neuen Anforderungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung auf EU-Ebene (CSRD, ESRS) rechtskonform zu erfüllen.

🔗 www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de

i Mehr Infos

CO₂-Rechner für Unternehmen im Vergleich:
🔗 www.plant-values.de

CO₂-Rechner für Veranstaltungen vom Umweltbundesamt:
🔗 uba-event-free.co2-rechner.pro

3. Vier Zutaten für eine höhere

Wirtschaftlichkeit

Nachhaltigkeit und Profitabilität sind keine Gegensätze – dieses Kapitel zeigt Ihnen, wie Sie durch Energieeffizienzmaßnahmen, ein cleveres Wassermanagement und nachhaltiges Bauen und Sanieren die Wirtschaftlichkeit Ihres Betriebs steigern können. Lernen Sie, wie Sie durch bewusste Investitionen in effiziente Technologien und Prozesse langfristig Kosten senken und gleichzeitig die Umwelt schonen oder durch den regionalen Einkauf die Wirtschaft vor Ort unterstützen. Dieses Kapitel bietet Ihnen praktische Einblicke und Tipps, um Ihre Ressourceneffizienz zu erhöhen und gleichzeitig den ökologischen Fußabdruck Ihres Unternehmens zu verringern.

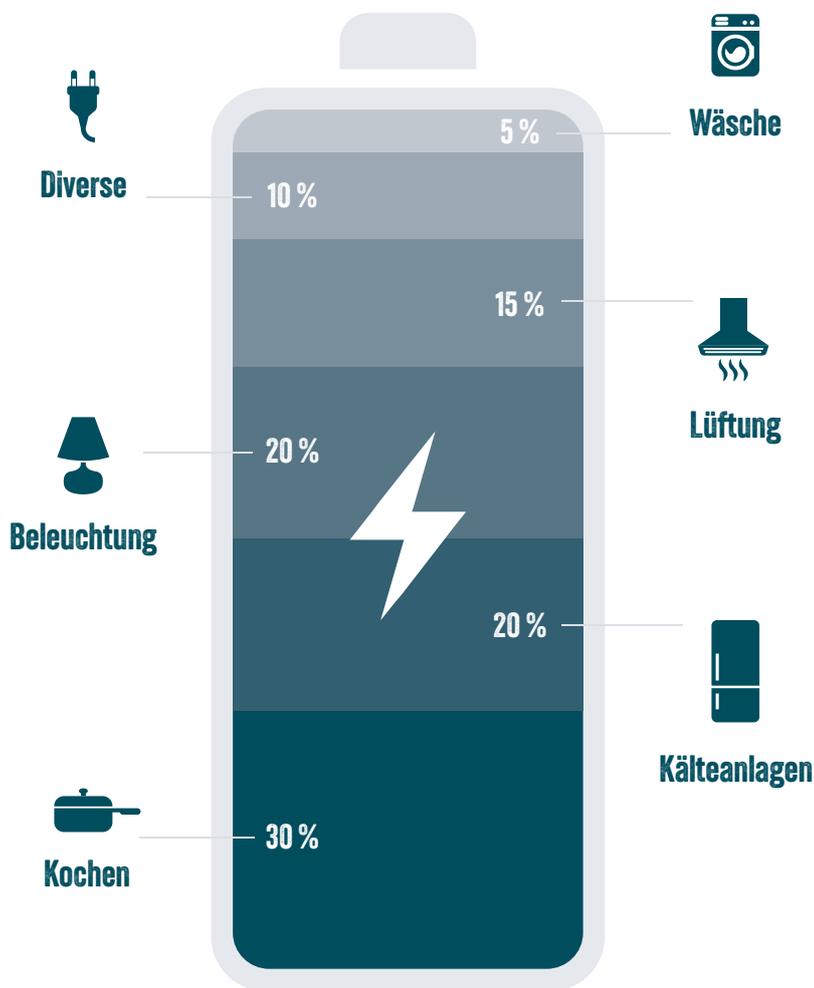
keit



3.1. Energieeffizienz

Zur Energieeffizienz gehören nicht nur LEDs und der Eco-Modus. Das Thema Energiekosten gehört für viele von uns zu den drängendsten Herausforderungen im eigenen Betrieb. Die Ausgaben für Energie sind oftmals der drittgrößte Kostenfaktor im Unternehmen. Angesichts knapper werdender Ressourcen wird es auch künftig für unsere eigene Wirtschaftlichkeit bedeutend sein, kontinuierlich an einem cleveren Energiemanagement zu feilen.

Energieverbrauch in der Küche



Um die größten Energiefresser unseres Betriebes aufzuspüren, ist es wichtig, unsere Energieverbräuche regelmäßig im Blick zu haben. Während in einem Hotel mehr als die Hälfte des gesamten Energieverbrauchs beim Heizen und bei der Warmwasseraufbereitung entsteht, ist die Küche in Restaurants für den hauptsächlichen Energieverbrauch verantwortlich. Folglich schlummern hier die größten Einsparpotenziale.

Haben wir die Großverbraucher identifiziert, können wir ins Tun kommen. Oft haben kostengünstige und schnell realisierbare Maßnahmen zur Steigerung unserer Energieeffizienz bereits beachtliche Effekte – nicht nur für unsere Umwelt, sondern auch für unseren Geldbeutel. Energieeffizienz ist damit eine Win-Win-Situation.

» Abb.: Energieverbraucher in der Küche [DEHOGA](#) (Quelle: Gloor Engineering)

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

Information und Messen:

- Information über Energiesparleitfäden und Checklisten
www.energiekampagne-gastgewerbe.de
- Nutzung der EnergieCheck-App
www.energiekampagne-gastgewerbe.de
- ggf. Durchführen einer professionellen Energieberatung
www.energieportal-sachsen.de
- Überprüfung bestehender Verträge und ggf. Umstellung auf (regionalen) Ökostrom
- Kontinuierliche Kontrolle der Energieverbräuche (z. B. Strom und Heizung) und Vergleich mit vergangenen Perioden
- Identifikation von Großverbrauchern (z. B. Lüftung, Großküchengeräte), ggf. Einbau von Zwischenzählern für Strom und Gas
- Berechnung des relativen Verbrauchs (z. B. je Gast und Nacht)

Energiesparmaßnahmen:

- Umstellung auf LED-Leuchtmittel und intelligente Steuerung der Beleuchtung (z. B. mittels Bewegungsmeldern in Bereichen mit kurzen Beleuchtungszeiten, Helligkeitssensoren sowie optimierter Tageslichtnutzung)
- Regelmäßige Reinigung und Wartung von Heizungsanlagen (z. B. hydraulischer Heizungsabgleich, Klimaanlagecheck, Filtertausch bei Lüftungsanlagen)
- Sparsames Waschen und Trocknen von Wäsche und Geschirr bei möglichst geringerer Temperatur (z. B. 40 Grad), Trennung von stark verschmutzter Wäsche/Geschirr, volle Beladung von Wasch- und Spülmaschinen
- Überprüfung und ggf. Reduktion der Temperatureinstellung der Elektrogeräte (gemäß der Hygienevorgaben): Kühlschrank, Gefriertruhe, Raumtemperaturen
- Austausch ineffizienter Komponenten, z. B. Wärmetauscher, Umwälzpumpen, Regelventile und Rohrleitungen einschließlich Wärmedämmungen
- Neuanschaffung von Technik und Geräten für IT, Beleuchtung, Heizung, Lüftung, Kühlung und Gebäudetechnik mit sehr guter Energieeffizienzklasse
www.energiewechsel.de
Nutzung von Tools, wie »Scan & Check«, zur Überprüfung der Energiekosten im Vorfeld
- Aufstellen von Kühlmöbeln in unbeheizten, gut belüfteten Räumen (evtl. Keller) und Einhaltung von 5 cm Mindestabstand zur Wand
- Verwendung frischer Nahrungsmittel anstelle von tiefgefrorenen, Kochen mit minimalen Wassermengen
- Aussortieren von schadhaftem Kochgeschirr (unebene Böden, kaputte Deckel etc.), Verwendung von Deckeln für Töpfe, Fritteusen, Kessel und sonstiges Kochgeschirr

Sensibilisierung & Kommunikation:

- Schulung von Mitarbeitenden zum optimierten Heizen und Lüften sowie dem Ausschalten von Küchengeräten, Druckern, Monitoren und Beleuchtung mittels konkreter Arbeitsanweisungen und Merkblätter (Energieeinsparpotenzial im Arbeitsalltag bis zu 15 Prozent)
- Sensibilisierung der Gäste für energiesparendes Verhalten (Hinweise zu Heizung, Lüftung, Beleuchtung, Wäschewechsel etc.)



MEHR GEHT IMMER

- Ersatz von Stromfressern, wie Minibars und Klimaanlageanlagen, durch zentrale Getränkeautomaten, Kühlung mit Wärmepumpen
- Einbau smarter, programmierbarer Thermostate mit automatischer Steuerung bei Lüften, Nachtabenkung, Heizzeiten
- Eigene Energieerzeugung (z. B. Biomasse, Photovoltaik auf Dächern, thermische Solaranlagen), Nutzung von Tipps zu Energiewechsel und Fördermöglichkeiten
- Intelligente Klimatisierung, z. B. Lüftungsanlage über Bodenkälte, Anschluss ans Fernkältenetz, natürlicher Wärmeschutz durch Weißung der Wände, Verschattung, Zimmerpflanzen fürs Raumklima
- Nutzung von Abwärme (z. B. bei Kühlgeräten), Handlungshilfe Abwärmenutzung
www.saena.de
- Prüfung von Wärmerückgewinnung, regelmäßige Reinigung des Wärmetauschers
- Einsatz von Induktionsherd und Heißluft/Kombidämpfer
- Anbindung eines lokalen Energieclusters (sofern vorhanden)
- Einführung eines Energiemanagementsystems (z. B. ISO 50001)

HOCHRENTABEL: SPAREN MIT LED-BELEUCHTUNG

Austausch von einhundert 50-Watt-Halogenspots gegen einhundert 6-Watt-LED-Spots gleicher Helligkeit

Einsparung pro Jahr:

16 h Beleuchtung pro Tag
x 350 Öffnungstage
x 44 Watt Einsparung pro Lampe
x 100 Lampen
x 35 Cent/kWh (durchschnittlicher deutscher Strompreis in 2023)

= 24.640 kWh x 35 Cent/kWh = **8.624 Euro pro Jahr**

Anschaffungskosten von 100 LED-Spots

= **ca. 1.000 EUR**



ALLES GANZ SCHÖN KOMPLEX?

Bei der Optimierung Ihrer Energieeffizienz können Ihnen Experten tatkräftige Unterstützung geben. Neben einer ersten Einschätzung energiebezogener Abläufe wird dabei auch zur Umsetzung von Energiesparmaßnahmen beraten. Der Staat fördert Energieberatungen und übernimmt bis zu 80 Prozent der Kosten. Tauschen Sie sich auch mit anderen Akteurinnen und Akteuren aus der Tourismusbranche aus. Von smarten Energiesparmaßnahmen können alle profitieren.

Mehr Infos

Neutrale Beratung zu den Themen Energieeffizienz, erneuerbare Energien und wirksamer Klimaschutz sowie entsprechenden Förderungen durch die Sächsische Energieagentur – SAENA GmbH:
www.saena.de

Energieeffizienz- und Klimaschutz-Netzwerke Sachsen: „Gemeinsam erfolgreicher!“
– Voneinander lernen, im gemeinsamen Austausch rund um Energieeffizienzmaßnahmen und Klimaschutz im Betrieb:
www.saena.de

Förderung von Energieberatungen und der Einführung eines modernen Umweltmanagements über die Mittelstandsrichtlinie des Freistaates Sachsen:
www.sab.sachsen.de





Energiespartipps für das Gastgewerbe

↳ www.energiekampagne-gastgewerbe.de

Die DEHOGA hat viele Energiespartipps zum Sofort-Durchstarten hervorragend aufbereitet!

↳ Beleuchtung

Hochwertige LEDs verschönern jeden Raum – und sparen in einem Hotel oder einer Gaststätte bis zu 80 % des Energieverbrauchs für Beleuchtung.

↳ Heizung

Wärme und Wohlbehagen gehören zusammen, doch nicht jeder Raum muss voll beheizt sein. Jedes Grad weniger spart 6 % an Heizkosten. Hier geht's zu mehr dezierten Maßnahmen zum Energie- und Kostensparen.

↳ Kälte- und Kühleinrichtungen

20 % der verbrauchten Energie in der Gastronomie entfallen auf Kühlschrank und Co. Allein durch das regelmäßige Entstauben der Lüfter unserer Kühlgeräte verbrauchen diese ca. 50 % weniger Energie. Weitere schlaue Tipps, bitte hier entlang.

↳ Warmwasser

Und was können wir bei Warmwasser machen, welches im Gastgewerbe bis zu 12 % des Energieverbrauchs ausmacht? Hier geht's zu den Tipps.

↳ Küche

Bis zu 25 % des Energieverbrauchs im Beherbergungsbetrieb entstehen in der Küche. So kann allein das Kochen mit Deckeln die dafür benötigte Energie um ein Viertel reduzieren. Da kommen wir doch lieber ins Handeln!



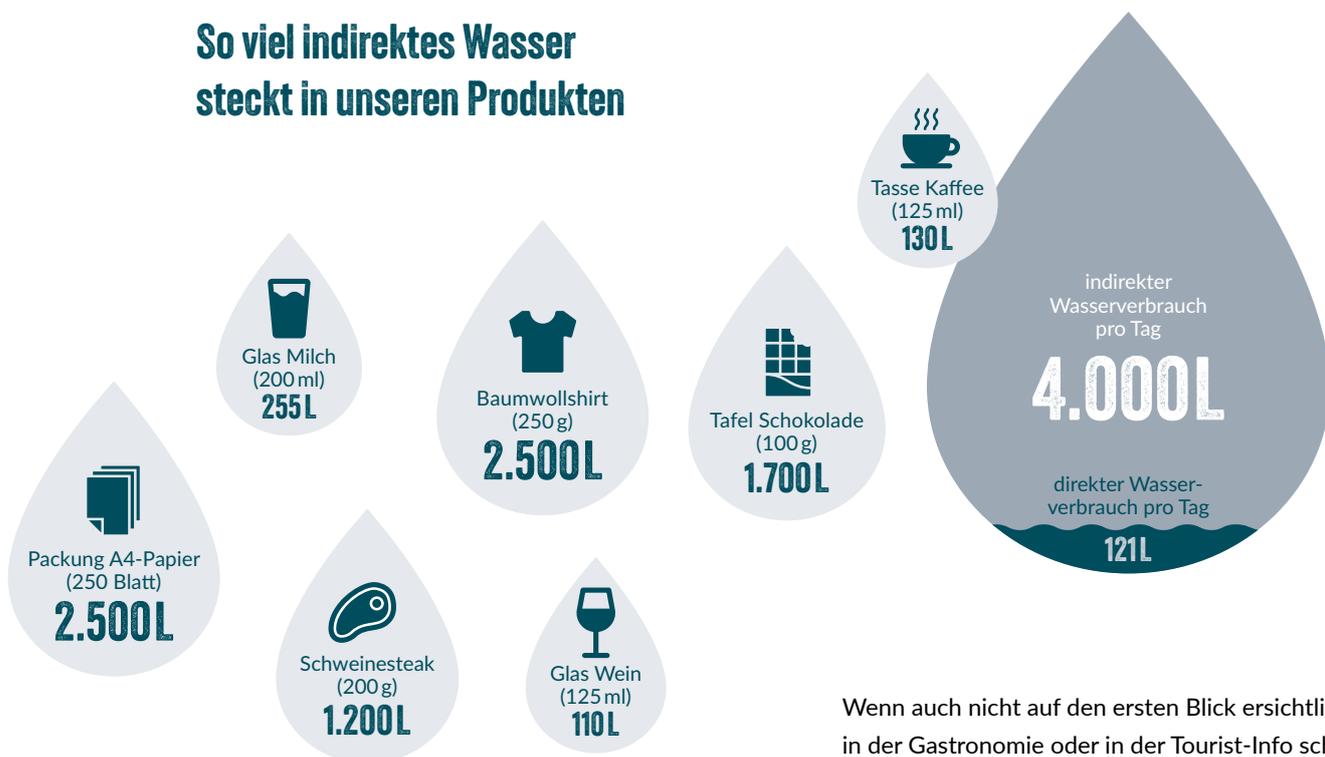
3.2. Wassersparen

Wasser ist ein knappes und wertvolles Gut und eine wichtige Ressource für unsere Branche. Neben Küche, Hotelzimmer und Reinigung benötigen Pools, Wellnessbereiche und Gartenanlagen große Mengen an Wasser. Kein Wunder, dass im Urlaub oder auf Geschäftsreisen oft mehr Wasser verbraucht wird als zu Hause.

Während unsere Gäste zu Hause täglich im Durchschnitt 130 Liter pro Person benötigen, sind es bei einer Übernachtung im Hotel etwa 350 Liter Wasser. Neben dem Verbrauch von Frischwasser, schlägt auch das entstehende Abwasser sowie der Brennstoffverbrauch für die Warmwasseraufbereitung zu Buche und geht zu Lasten unsere Umwelt. Höchste Zeit etwas zu tun!

Mit kleinen Investitionen, wie z. B. in wassersparende Duschköpfe oder Strahlregler, können wir unseren Wasserverbrauch merklich senken und unseren Gästen trotzdem ein entspanntes Duscherlebnis bieten. Das ist nicht nur gut für die Brieftasche, sondern auch für die Umwelt! Die Wasseraufbereitung und -rückgewinnung mittels Filtrationsverfahren sowie die Regenwassernutzung zur Bewässerung von Grünflächen oder Toiletten-spülung sind weitere effektive Methoden zum Sparen von Frischwasser. Und wie sieht es mit der möglichst geringen Wasserverschmutzung durch Reinigungsmittel aus? Lassen Sie uns gemeinsam ein Auge auf unsere Tipps werfen!

So viel indirektes Wasser steckt in unseren Produkten



» Abb.: So viel Wasser steckt in unseren Produkten: Verbrauchsangaben in Durchschnittswerten pro Person (Quelle: Eigene Darstellung basierend auf [Water Footprint Network](#) und [Umweltbundesamt](#))

Wenn auch nicht auf den ersten Blick ersichtlich, auch in der Gastronomie oder in der Tourist-Info schlägt unser Wasserkonsum ordentlich zu Buche. Für die Herstellung von Nahrungsmitteln (z. B. Fleischprodukten) und Souvenirs (z. B. Taschen und T-Shirts) und im Backoffice (z. B. Papier) werden indirekt große Mengen an Wasser verbraucht. Durch eine Reduktion, können wir viel Wasser sparen.

WIE VIEL WASSER SPAREN WIR EIN?

Einbau von Strahlreglern an Wasserhähnen

Einsparung pro Jahr:

3 x Händewaschen pro Gast
x 5.000 Gäste pro Jahr
x 1,5 Liter Einsparung pro Waschgang (mit Strahlregler
0,5 l pro Waschgang Händewaschen, ohne Strahlregler 2 l)
x 4 Cent/Liter (Summe durchschnittlicher
deutscher Wasser- und Abwasserpreis in 2023)

= 22.500 Liter x 4 Cent/Liter = **900 Euro pro Jahr**

Anschaffungskosten von 3 Strahlreglern = **ca. 30 EUR**



Wasser mit Luft!

Manchmal tut's auch ein sparsamerer Strahl! Unseren Wasserbrauch können wir schnell optimieren: In den Zimmern und in den öffentlichen Bereichen bauen wir Strahlregler und wassersparende Duschköpfe ein. Beim Einsatz von Duschsparköpfen sinkt der Verbrauch von etwa 15 Litern auf nur sieben Liter pro Minute. Strahlregler begrenzen den Wasserdurchfluss an Wascharmaturen und mischen zum Wasser Luft dazu. So reduziert sich der Wasserverbrauch beim Händewaschen um bis zu 75%! Positive Nebeneffekte sind außerdem geringere Energiekosten aufgrund der Warmwasserbereitstellung, Waschkomfort durch einen weichen, angenehmen Wasserstrahl und die Verlängerung der Lebensdauer von Armaturen durch die Reduzierung des Wasserdrucks.

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Unter der Lupe: Wasserverbrauch regelmäßig bewerten und mit vergangenen Perioden vergleichen, zudem relativen Verbrauch berechnen (z. B. je Gast und Nacht)
- Effizientes Maschinen-Trio: volle Auslastung von Wasch- und Spülmaschinen
- Keine Flüssigkeitslecks: regelmäßige Überprüfung der Dichtungen
- Klare Wasserregeln: Festlegung klarer Standards für das Team (z. B. maximal drei Toilettenspülungen bei der Zimmerreinigung)
- Wasserspar-Hinweis: Hinweise in den Hotelbädern zur Wiederverwendung von Handtüchern, Verwendung von Rollenhandtüchern oder Lufttrocknern in Gemeinschaftsbereichen
- Anerkennung: Belohnung des Verzichts auf die Zimmerreinigung durch einen kleinen Wert-Gutschein für die Hotelbar oder Spenden für soziale Zwecke (z. B. Mittagessen für Wohnungslose)
- Stop and go: aktiver Hinweis auf Verwendung der Wasser-Stopp-Taste an der Toilette
- Smarte Gartenbewässerung: Bewässerung der Gärten nur zu kühleren Tageszeiten (z. B. vor Sonnenauf- bzw. nach Sonnenuntergang)
- Wasserverschmutzung ade: Nutzung biologisch abbaubarer Seifen, Shampoos und Co. sowie nachhaltiger Reinigungsmittel mit anerkannten Labels (z. B. Blauer Engel, Ecolabel oder EcoCert) ohne Mikroplastik und ohne toxische Schadstoffe idealerweise in fester oder nachfüllbarer Form, plastikfreie Reinigungstechnik (z. B. waschbare Baumwolltücher), Einstellung der Spendersysteme auf Geringverbrauch



MEHR GEHT IMMER

- Cleveres Wasserhandling: durchdachtes System für Wasser- und Regenmanagement (z. B. Nutzung von Regenwasser in Zisternen und Regentonnen, Bewässern der Grünflächen nur dann, wenn es wirklich nötig ist)
- Wasserhähne im Zaum halten: Wasserdurchfluss mit Strahlreglern oder Durchflussbegrenzern auf höchstens 7 Liter pro Minute beschränken
- Duschspaß mit Bedacht: Prüfen, ob Regenduschen benötigt werden oder Duschköpfe ausgetauscht werden können
- Cleveres Spülen: Einsatz von Sparspültasten an den Toiletten für kleine Spülungen
- Wasserspartechnik in der Küche: Anschaffung wassersparender und verbrauchsarmer Geräte bei Aufrüstung der Küche (z. B. ressourcensparender Geschirrspüler)
- Still oder prickelnd, energetisiert oder aromatisiert: Aufbereitung von Leitungswasser in Karaffen oder (gebrandeten) Mehrwegflaschen für Gäste und Mitarbeitende anstelle von (Plastik-)Flaschen, einer Minibar oder Getränkeautomaten spart Zeit, Kosten, Transportwege und Plastik
- Wassersparende Produktalternativen: Checken von Gerichten, Souvenirs und Einrichtung auf ihren Wasserverbrauch und ggf. Ersatz durch Alternativen (z. B. vegetarische Gerichte)

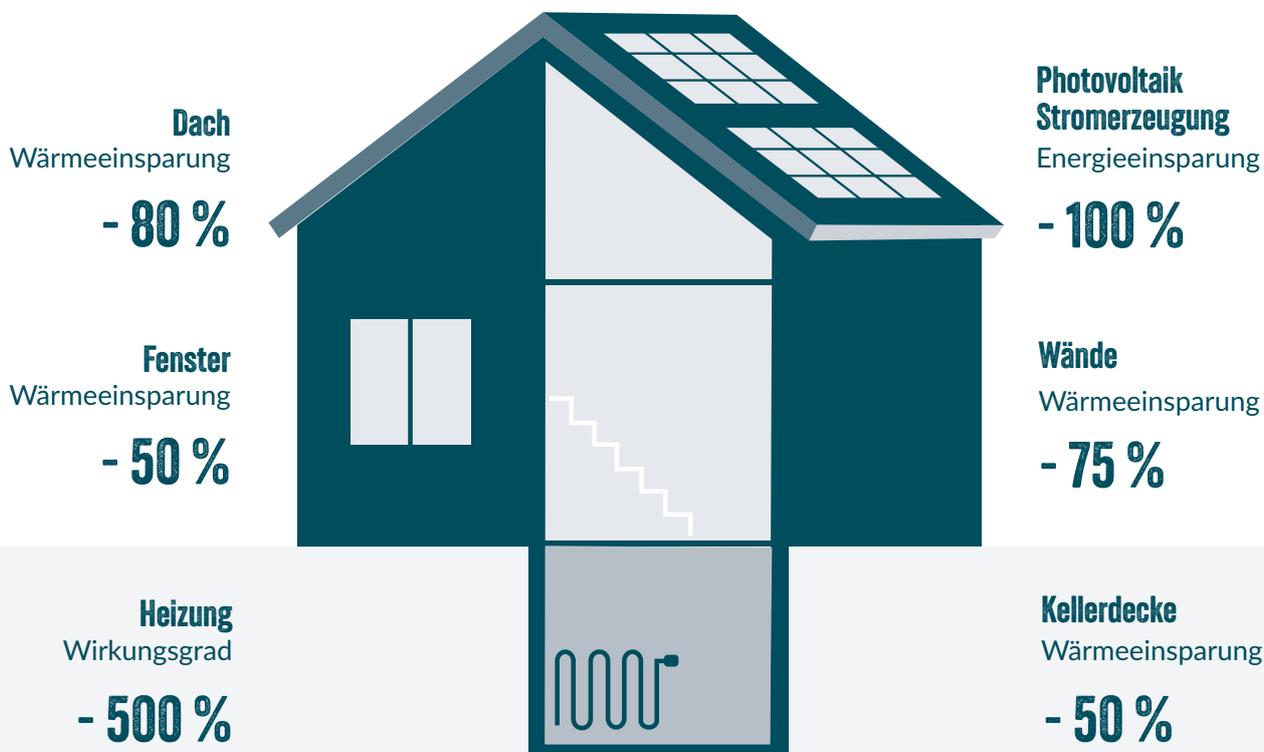
3.3. Nachhaltiges Bauen und Sanieren

Nachhaltiges Bauen, Renovieren und Sanieren im Tourismus bedeutet eine Investition in die Zukunft – in jeder Hinsicht. In modernen, umweltfreundlichen Ferienimmobilien mit regionaltypischer Bauweise fühlen sich Gäste und Mitarbeitende gleichsam wohl.

Gebäude wirken zum einen enorm auf die Umwelt und auf das Klima, weil sie unseren Verbrauch von Strom und Wärme „steuern“. Auch mit Blick auf den Materialverbrauch haben sie einen großen Einfluss: Nicht nur die Herkunft und Wiederverwendbarkeit der verbauten Materialien sind wichtig, sondern auch die

Art, der Schadstoffgehalt oder die Allergikerfreundlichkeit dieser verwendeten Baumaterialien hat einen Einfluss auf die Qualität und Lebensdauer unserer Gebäude sowie die Wohngesundheit unserer Gäste. Und somit sind wir auch schon beim sozialen Faktor von Neubau, Modernisierung oder Renovierung angekommen: Wir alle fühlen uns wohl in einem gesunden Raumklima und einer ästhetischen Wohnumgebung. Grund genug, beim Sanieren, Um- und Neubauen unserer touristischen Einrichtungen und Anlagen den Blick auf möglichst ökologische Bauweisen und -stoffe, die Gebäudeeffizienz sowie smarte Haustechniken zu lenken.

Einsparmöglichkeiten bei energetischer Sanierung



Photovoltaik Stromerzeugung:

Kosten:

Ab 6.000 €

Energieeinsparung:

Bis 100 % plus Einspeisevergütung
bei Überschuss

Dach:

Kosten:

Zwischensperrdämmung von innen 120 €/m²
Zwischensperrdämmung von außen 180 €/m²
Aufspardämmung 200 €/m²
Dämmung oberste Decke 45 €/m²

Wärmeeinsparung:

Bis 80 %

Heizkosteneinsparung:

Bis 15 %

Wände:

Kosten:

Wärmedämmverbundsystem 110 €/m²
Vorgehängte hinterlüftete Fassade 180 €/m²
Innendämmung 60 €/m²

Wärmeeinsparung:

Bis 75 %

Heizkosteneinsparung:

Bis 30 %

Fenster:

Kosten:

Glastausch ca. 100 €/Stück
Fenstertausch Holz ca. 450 €/Stück
Fenstertausch Holz-Alu ca. 550 €/Stück
Fenstertausch PVC ca. 350 €/Stück

Wärmeeinsparung:

Bis 50 %

Heizkosteneinsparung:

Bis 10 %



Kellerdecke:

Kosten:

Dämmung Kellerdecke 50 €/m²

Wärmeeinsparung:

Bis 50 %

Heizkosteneinsparung:

Bis 6 %

Heizung:

Kosten:

Je nach Heizungsart ab 8.000 €

Wirkungsgrad:

300-500 % im Vergleich zu Gas
von 80-90 %

» **Abb.:** Wirksam sanieren – aber wie? Kosten und Einsparmöglichkeiten bei energetischer Sanierung (Eigene Darstellung in Anlehnung an [DEHOGA](#) und [PSD Bank](#))



Die Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) hat es sich zur Aufgabe gemacht, Bauen, Sanieren, Modernisieren und alles rund ums Bauen aus einer Nachhaltigkeitsperspektive zu beleuchten. Wie geht Klimaschutz beim Bauen? Und wie Kreislauffähigkeit? Wie berücksichtigen wir Ästhetik und gestalterische Qualität? Und wie können wir die Förderung von Biodiversität umsetzen? Auf prägnante und konkrete Art und Weise stellt die DGNB-Kriterien, planerische Anleitungen, Tipps, Toolboxes, Finanzierungsoptionen, Wegweiser und mehr zu Verfügung. Viel Spaß beim Stöbern!

www.dgnb.de



Good Practice

AUS ALT MACH NEU: BIO- UND NATIONALPARKREFUGIUM SCHMILKA

Das Biorefugium Schmilka, ein malerisches Kleinod im Elbsandsteingebirge, ist Paradebeispiel für nachhaltige Bauweise und den Erhalt historischer Bausubstanz. Die Häuser in Schmilka sind ökologisch-verträglich und liebevoll saniert, die Gästezimmer nach baubiologischen Standards eingerichtet: mit geseiften Holzböden, Naturfarben und -textilien, Naturlatexmatratzen und elektrosmogreduziertem Raumklima. Auch die alte Wassermühle ist originalgetreu rekonstruiert. Als Herzstück des Ortes mahlt sie Mehl aus der Umgebung für die Bio-Bäckerei direkt gegenüber – ein echtes Zeugnis handwerklicher Tradition und nachhaltiger Kreislaufwirtschaft. Darüber hinaus beherbergt das Ensemble eine eigene Brauerei, ein charmantes Hotel sowie ein Badehaus mit Saunen aus alten Baumaterialien. Durch umfassende, nachhaltige Restaurierungsmaßnahmen von Unternehmer Sven Erik Hitzer konnte das ehemalige Schifferdörfchen gerettet und zu einem wahren Refugium für Erholungssuchende werden.

www.schmilka.de



Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Beauftragung lokaler Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe
- Überprüfen der Möglichkeiten für eine effiziente (Außen-)Wärmedämmung, Einbau von unbeheiztem Windfang (Schleuse)
- Einsatz möglichst schadstofffreier, regionaler, ökologischer und recycelbarer Materialien bei jeglicher Sanierung, Modernisierung, Neubau (z. B. FSC-zertifiziertes Holz)
- Verwendung umweltfreundlicher und gesundheitsverträglicher Farben und Lacke (z. B. mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“)
- Prüfung einer modularen Bauweise für möglichen Rückbau und Erweiterung
- Einsatz von recycelten Materialien, Baustoffen und Teilen (z. B. Fenster)
- Mitdenken der Barrierefreiheit in der Planung (Kapitel [Barrierefreiheit 5.3.](#))
- Biodiversitätsfreundliche Gestaltung von Flächen und Gärten (Kapitel [Förderung der biologischen Vielfalt 4.4.](#))

Mehr Infos

Informationsportal und Leitfaden „Nachhaltiges Bauen“ des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat:
www.nachhaltigesbauen.de
sowie www.nachhaltigesbauen.de

Informationen zum Gebäude-Energie-Gesetz (GEG):
www.verbraucherzentrale.de

Online-Tool „Sanierungsrechner“ zur Berechnung der Zusammenhänge zwischen Sanierungen, Energieeinsparungen und staatlichen Förderungen:
sanierungsrechner.kfw.de

übrigens...

Mehr als 50 % des gesamten Abfallaufkommens in Deutschland entfallen auf Bau- und Abbruchabfälle. Dies sind 223.000.000 t pro Jahr, davon entfallen 8.300.000 t auf gefährliche Abfälle. Tendenz steigend.



MEHR GEHT IMMER

- Sinnvolle Dämmung, z. B. Fenster und Türen, Dach- und Kellerdecken, Rohr- und Leitungssysteme
- Einsatz regionaler und natürlicher Dämmstoffe (z. B. Kork, Schilf, Hanf, Lehm oder Holzfaser) bei Außen- und Innendämmung
- Kombination einer Aufsparrendämmung mit der Installation einer Solarthermieanlage
- Ergänzung der Dachdeckung (z. B. durch eine Unterdeckung)
- Modernisierung von Fenstern und Türen: Austausch der Verglasung bzw. Hinzufügen eines Vorsatzflügels bei intakten Rahmen, Beachtung von hohen Dämmwerten und geeignetem Rahmenmaterial bei Erneuerung
- Anwendung der regionaltypischen Bauweise zum Schutz des regionaltypischen Orts- und Landschaftsbildes
- Einsatz von Gründächern oder Vertikalbegrünung
- Nutzung smarterer und innovativer wasser- und energieeffizienter Technologien (z. B. Wärmerückgewinnung, Photovoltaik, thermische Solaranlagen, Geothermie, automatische Rollläden, intelligente Thermostate)
- Wellnessbereich modernisieren? [Hier entlang](#)

3.4. Regionalität und Einkauf vor Ort

Wir verbessern nicht nur unsere eigene Wirtschaftlichkeit, sondern bringen ebenfalls unsere lokale Wirtschaft ins Rollen! In einer Welt, die von globalen Märkten geprägt ist, verbinden uns Netzwerke in unserer Heimat in besonderer Weise miteinander. Durch die Unterstützung der regionalen Unternehmen reduzieren wir Abhängigkeiten von großen Produzenten, benötigen weniger Importe und reduzieren Umweltauswirkungen durch kurze Lieferketten. Zudem erhalten wir Arbeitsplätze hier vor Ort. Aber wie genau fängt man das an?

Beginnen wir bei der sorgfältigen Auswahl unserer Lieferanten und Produkte. In unserer Branche benötigen wir eine große Vielfalt an Waren – sowohl langlebige (z. B. Mobiliar oder Elektrogeräte) als auch Verbrauchsmaterialien (z. B. Reinigungsmittel oder Papier) oder begrenzt haltbare Produkte (z. B. Lebensmittel). Waren eher von wenigen und möglichst nahen Lieferanten zu

beziehen, spart Kosten, Zeit und Verwaltungsarbeit. Sicher ist es nicht möglich, von heute auf morgen die komplette Lieferkette umzustellen, aber über regionale Netzwerke können Sie sich auch mit anderen Betrieben zusammenschließen, denen ihre Region am Herzen liegt.

Neben der Regionalität sollten wir auch darauf achten, dass unsere Partner und Lieferanten unsere Werte in Bezug auf Arbeitsbedingungen, Gesundheitsschutz der Mitarbeitenden, Umweltschutz und Ressourcenschonung teilen, aber natürlich auch, dass die Qualität ihrer Produkte stimmt. Orientierung geben Siegel und Zertifikate, die transparent den Beitrag zur Nachhaltigkeit bestätigen.

Wenn Gäste auf regionale und authentische Produkte stoßen, verleiht dies ihrer Reise zudem eine authentische Note – ganz abseits des „Mainstreams“. So schaffen wir eine individuelle Verbindung zwischen unseren Gästen und den Orten in Sachsen, die sie besuchen.

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Lokaler/regionaler Einkauf von Produkten (möglichst in Mehrwegverpackungen, Großbinden, Pfandsystemen) und Dienstleistungen
- Kooperation mit lokal/regional ansässigen Leistungsträgern, Produzenten, Künstlern etc. und Kennenlernen der Menschen dahinter
- Kennzeichnung der regionalen Herkunft von Produkten (z. B. Speisen, Souvenirs)
- Engagement und Vernetzung in regionalen (Lebensmittel-)Initiativen
- Besuch regionaler Produktmessen und Märkte, um neue Partner und interessante Produkte zu entdecken
- Transparente Information von Gästen und Mitarbeitenden über die Herkunft und Herstellungsbedingungen der verwendeten Produkte
- Bevorzugen von zertifizierten Produkten (z. B. Möbel, Papier, Textilien, Lebensmittel, Kosmetik etc.) und fair gehandelten Produkten (z. B. Kaffee, Kakao/Schokolade, Textilien, Obst und Gemüse)
- Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien bei Beauftragung von Dienstleistern (z. B. Handwerker, Hosting der Webseite, E-Mail-Clients, Buchungssysteme, Gärtnerei, Wäscherei, Reinigung etc.)

PROVIANTOMAT - SO SCHMECKT DIE SÄCHSISCHE SCHWEIZ

Frische, regionale und saisonale Produkte, 24h am Tag, 365 Tage im Jahr: Im ländlichen Raum, wo Gaststätten am Wegesrand und kleine Tante-Emma-Läden immer seltener werden, versorgt der energieeffiziente, gekühlte Lebensmittelautomat Reisende und Einheimische an zahlreichen öffentlich zugänglichen Orten in der Sächsischen Schweiz rund um die Uhr mit Lebensmitteln und Getränken – und das bewusst nachhaltig. Kurze Transportwege vom Erzeuger zum Verbraucher und die Logistik mit dem Elektro-Transporter sind besonders ressourcenschonend. Durch die Zusammenarbeit mit Hofläden, Manufakturen, Brauereien und Bauerngütern in der näheren Umgebung stellen Felix Zschoge und sein Team die kulinarische Vielfalt der Sächsischen Schweiz bewusst in das Schaufenster und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wertschöpfung. Rucksack füllen, die Schätze der Landschaft genießen und etwas Gutes für die Region tun!

www.proviantomat.de



MEHR GEHT IMMER

- Erstellung eines Konzeptes für den nachhaltigen Einkauf für das gesamte Unternehmen
- Entwicklung und Kommunikation eines Verhaltenskodex für Lieferanten (Arbeitsbedingungen, Ethik, Umweltschutz etc.)
- Vorstellung regional erzeugter Produkte und Lieferanten in der Speisekarte oder auf der Website durch kurze Porträttexte und Fotos

Mehr Infos

Regionales Sachsen:

Sie suchen bestimmte regionale Produkte, Initiativen und Veranstaltungen? Einen umfangreichen Überblick über sächsische Erzeugnisse sowie Anbieter und wo diese zu finden sind, erhalten Sie auf dem Regionalportal REGIONALES.SACHSEN.DE. Auf einer interaktiven Karte können Sie speziell in Ihrem Umkreis suchen oder sogar nach Zertifizierungen filtern. Probieren Sie es aus! www.regionales.sachsen.de

Noch konkreter ist die Konzentration auf das direkte Einzugsgebiet. Ob „Gutes von Hier“, „Leipzig liebt Regionales“ oder „Die Lausitz schmeckt“ – Hier finden Sie die richtigen Initiativen in Ihrer Region: www.regionales.sachsen.de

Agil:

Die Sächsische Agentur für Regionale Lebensmittel unterstützt Sie kostenfrei dabei, potenzielle Partner in Ihrer Region zu finden und sich mit Ihnen zu vernetzen. www.agilsachsen.de

4. Vier Zutaten für eine gesunde

Umwelt und

Zu einer zukunftsweisenden, nachhaltigen Entwicklung des Tourismus in Sachsen gehört der Schutz wertvoller Ressourcen und des Klimas ebenso wie die Bewahrung der biologischen Vielfalt. Schauen wir uns an, wie eine umweltfreundliche und vernetzte Mobilität für uns und unsere Gäste nicht nur zur Verbesserung der Luftqualität, sondern auch zur sinnvollen Nutzung unserer Lebenszeit beitragen kann. Werfen wir den Blick auf eine nachhaltigere Menügestaltung und den Ressourcenschutz in der Küche und darauf, wie ein gesundes und kreislauffähiges Mehrweg- bzw. Abfallmanagement im eigenen Betrieb umsetzbar wird. Erfahren Sie, wie wir gemeinsam zum Schutz einer landschaftlich reizvollen, facettenreichen und ursprünglichen Natur vom Auensee in Leipzig bis ins Zittauer Gebirge beitragen. Die in diesem Kapitel vorgestellten Maßnahmen helfen uns, die Natur als wertvollstes Gut des Tourismussektors zu bewahren und zu pflegen.

el Matur



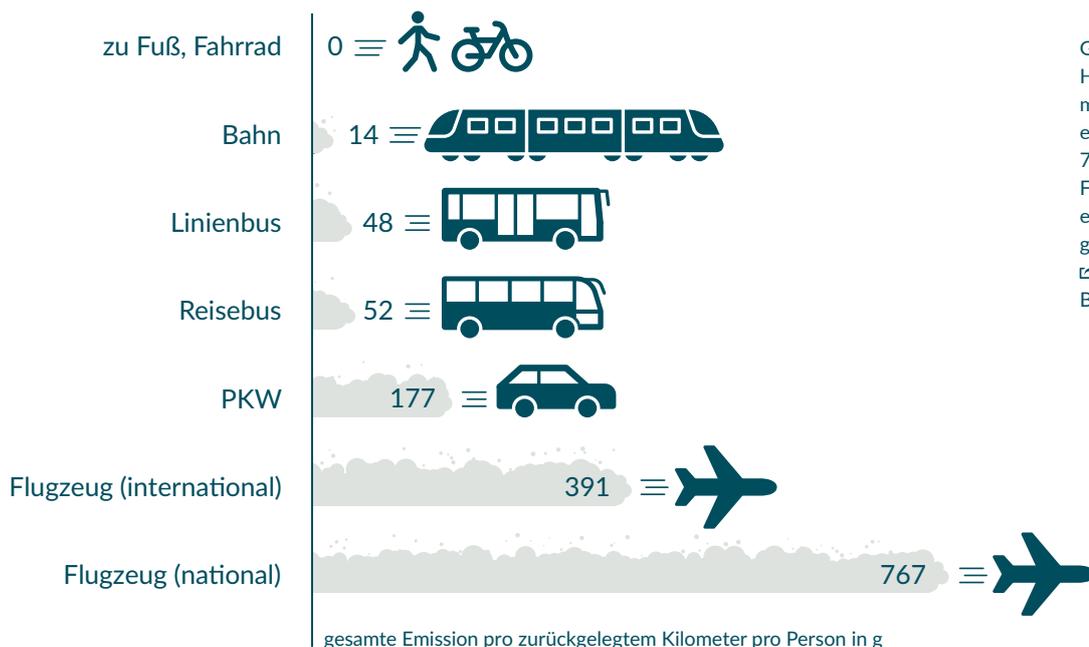
4.1. Umweltfreundliche Mobilität

Die An- und Abreise unserer Gäste trägt mit rund 75 % zu den gesamten CO₂-Emissionen einer Reise bei. Entsprechend hat die Wahl des Verkehrsmittels einen der größten Einflüsse auf die Klimafreundlichkeit einer Reise: Flüge sind besonders klimaschädlich, aber auch der Individualverkehr per Auto führt zu einem vergleichsweise hohen Fußabdruck.

Als Gastgeber können Sie Ihre Gäste vor allem durch umfassende Kommunikation und individuelle Serviceangebote ermuntern, umweltfreundlicher unterwegs zu sein. Nun ist gerade abseits der Städte die berühmte „letzte Meile“ eine Herausforderung: Diese bezieht sich auf die Strecke vom Bahnhof oder Flughafen bis zu unserem Restaurant, Hotel oder bspw. Museum. Gäste entscheiden sich viel eher für eine Anreise mit dem ÖPNV, wenn sie wissen, dass sie problemlos und uneingeschränkt vor Ort mobil sein können.

Klare Empfehlungen und Informationen zu Mobilitätsangeboten im Reisegebiet bieten Ihren Gästen Komfort und Ihrem Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil. Denn die Zahl der Großstädter, die kein eigenes Fahrzeug besitzt, wächst beständig. Wer lässt nicht gern das Auto stehen, wenn die alternativen Angebote die Reise nicht verkomplizieren, sondern bereichern? Sport auf dem Radl statt vor dem Lenkrad hocken oder ein Buch lesen statt auf die Fahrbahn starren – so wird der Weg zum Ziel. Wenn wir dann noch unsere eigenen Mitarbeitenden und Lieferanten auf dem Weg in eine umweltfreundlichere und vernetzte Mobilität mitnehmen, sind wir bereits ein gutes Stückchen weiter!

Von A nach B: CO₂-Emissionen verschiedener Fortbewegungsmittel im Vergleich



» Abb.: CO₂-Emissionen von Fortbewegungsmitteln (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an [Tourism Watch](#))

Gäste sparen bei der Anreise von Hamburg in den Kurort Rathen mit der Bahn im Vergleich zu einer Fahrt mit dem Pkw rund 75 kg CO₂e, gegenüber einem Flug sogar über 100 kg CO₂e ein – und das bei nahezu vergleichbaren Reisezeiten (Quelle: [CO₂Kompass](#) der Deutschen Bahn).



Good Practice

UMWELTFREUNDLICHE MOBILITÄT IM ELLDUS RESORT

Der Umwelt zuliebe belohnt das Elldus Resort alle Anreisen mit dem eigenen E-Auto mit einem gratis Ladevorgang an den eigenen Eco-Strom-Stationen. Bei An- und Abreise mit dem ÖPNV können Gäste einen kostenfreien Shuttle vom/zum Bahnhof Oberwiesenthal nutzen und erhalten eine Gutschrift auf das Gastkonto sowie freien Eintritt für einen Museumsbesuch im Kurort. Betriebsintern kommen ebenfalls E-Autos im Fuhrpark zum Einsatz. Diese stehen jeden Monat einer anderen Abteilung sowohl für dienstliche als auch private Wege zur Verfügung. Das umweltfreundliche Mobilitätskonzept freut nicht nur Gäste und Mitarbeitende: Der elektrische Hoflader ist besonders geräuscharm, wodurch auch der durch Lärm verursachte Stress für uns Menschen und die dort lebenden Ponys vermieden wird.

↪ www.elldus.de



i Mehr Infos

Berechnen der Treibhausgasbilanz für die An- und Abreise mit verschiedenen Verkehrsmitteln mit dem „CO₂Kompass“ der Deutschen Bahn:
↪ co2kompass.bahn.de

Fakten und Tipps rund um eine nachhaltige Mobilität von Futouris:
↪ nachhaltig-counter.futouris.org

Tipps zum klimafreundlichen Reisen und Möglichkeiten zur CO₂-Kompensation:
↪ www.atmosfair.de

Handbuch „Reisen mit Klimaschutz-Faktor – Klimafreundlich unterwegs auf Mittelstrecken in Europa“
↪ www.wirsindanderswo.de

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- „ÖPNV first“: Bus- und Bahnreisen in den Anreiseinformationen an erster Stelle platzieren und Anfahrtsplaner (z. B. der DB) auf der Website integrieren
- Klare Informationen zu Mobilitätsangeboten vor Ort (Fahrradverleih, Busanbindung, Mitfahrplattform) bereitstellen
- Empfehlung von Freizeitangeboten und Sehenswürdigkeiten, die mit ÖPNV, zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar sind
- Aushängen von Fahrplänen und Wegbeschreibungen zu Haltstellen in der Nähe
- Abstimmung von Terminen und Treffpunkten auf den öffentlichen Nahverkehr
- Angebot von Abhol- und Bring-Service vom/zum Bahnhof oder zur Bushaltestelle (ggf. in Absprache und Koordination mit benachbarten Betrieben)
- Angebot von Gepäckservice und Ausleihmöglichkeiten für Sperrgepäck (z. B. Babybett)
- Schulung der Mitarbeitenden im regionalen Tarifsystem und nahegelegener Ladestationen für E-Fahrräder und E-Autos (für Gästearkunft und eigene Nutzung)
- Bilden von Mitfahrgelegenheiten für Mitarbeitende zu Beginn oder Ende von Dienstzeiten
- Erstellung von Richtlinien für Dienstreisen (z. B. 75 %ige Anrechnung der Arbeitszeit in der Bahn im vgl. zu 25 % mit dem PKW, keine innerdeutschen Flüge), zur Nutzung von Online-Tools und Videokonferenzen, zu umweltfreundlichen Übernachtungen (z. B. Hotels mit Nachhaltigkeitssiegel)



MEHR GEHT IMMER

- Verkauf von Mobilitätskarten oder ÖPNV-Tickets an Gäste
- Entwickeln von Anreizsystemen (z. B. Rabatte für die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln, Kombitickets mit drei Übernachtungen, Restaurantgutschein etc.)
- Angebot von CO₂-Rechner und CO₂-Kompensationsmöglichkeiten
- (E-)Fahrrad und/oder Autoverleih für Gäste und Mitarbeitende (auch in Zusammenarbeit mit Drittanbietern möglich)
- Bereitstellung von E-Ladestationen für Fahrräder und Autos (idealerweise Betrieb mit Ökostrom oder eigens produziertem Strom)
- Angebot von umweltfreundlichen Mobilitätsangeboten für Mitarbeitende (Zuschüsse für ÖPNV-Tickets, (E-)Fahrräder, sichere Fahrradstellplätze, Jobrad, Mobilitätskarten, Bahncard, Bike- oder Car-Sharing)
- Umwelt- und klimafreundliche Geschäfts- und Wirtschaftsfahrzeuge im eigenen Fuhrpark (z. B. (Lasten-)Fahrräder, Firmenwagen, Aufräum- und Pflegefuhrpark, Lieferfahrzeuge, Gabelstapler)
- Zusammenarbeit mit wenigen, regionalen Lieferanten zur Reduktion von Transportwegen
- Auswahl von Lieferanten mit klimafreundlicher Logistik (z. B. E-Fuhrpark)

4.2. Ressourcenschutz in der Küche

Liebe geht bekanntlich durch den Magen – auch die zu unseren Reiseregionen. Dabei stehen regionale und gesunde Lebensmittel bei unseren Gästen hoch im Kurs. Wollen wir auch unserer Umwelt etwas Gutes tun, sollten wir bei der Menügestaltung weitere Aspekte in den Blick nehmen. So haben Anbau, Transport, Verpackung und Lagerung der verwendeten Lebensmittel ebenso einen Einfluss auf die Natur und Umwelt wie unser Verhalten bei Bestellung, Zubereitung und Entsorgung.

Um Ihren Gästen ein möglichst nachhaltiges gastronomisches Erlebnis zu bieten, sollten Sie sich bei der Planung der Speisekarte folgende Fragen stellen: Woher kommt das Essen im Restaurant? Ist es regional und saisonal? Bieten wir attraktive vegetarische und vegane Gerichte an oder ausschließlich Kost mit Fleisch oder Fisch? Berücksichtigen wir mögliche Nahrungsmittelunverträglichkeiten? Beziehen wir Bio-Lebensmittel oder ausschließlich konventionell hergestellte Produkte?

Regionale Speisen und Getränke spielen im Tourismus eine entscheidende Rolle. Kurze Lieferwege ermöglichen es, saisonale und regionale Zutaten zu nutzen, um ein authentisches kulinarisches Erlebnis anzubieten. Sie bringen die lokale Küche und den echten Geschmack von Sachsen auf den Teller unserer Gäste. Saisonkalender geben eine praktische Hilfestellung. Hängen Sie diesen einfach in die Küche!

Durch eine clevere Menügestaltung verringern Sie Ihren Wareneinsatz, benötigen weniger Lagerkapazitäten, bieten Ihren Gästen gesündere Produkte an und verursachen auch noch weniger Emissionen. Mit ein paar einfachen Grundsätzen ist es gar nicht so schwer Ihre Speisekarte nachhaltiger zu gestalten. Schauen wir mal rein!

übrigens...

Die Umstellung auf vegetarische oder vegane Gerichte ist auch wirtschaftlich interessant: Pflanzenbasierte Gerichte sind beim Wareneinsatz 10 % bis 15 % günstiger. So wird nicht nur effektiv Geld, sondern auch CO₂ gespart, denn eine vegetarische Mahlzeit spart gegenüber Mischkost 25 %, eine vegane sogar 42 % CO₂ ein.





Good Practice

SLOW FOOD IM ALTSÄCHSISCHEN GASTHOF KLEINES VORWERK

Slow Food ist hier Leidenschaft, Nachhaltigkeit Anspruch: Im Kleinen Vorwerk werden kulinarische Kreationen mit böhmischen Einflüssen serviert aus besten Zutaten – regional, saisonal und frisch. Hier lebt man direkte Erzeugung und die Verwendung von Zutaten aus der Region: von aromatischen Bergkräutern aus dem eigenen Garten bis hin zu Lammfleisch und saftigem Steak vom Hochland-Weiderind von den Vorwerks-Wiesen.

www.kleines-vorwerk.de



Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Viel pflanzlich, wenig tierisch: Ausbau vegetarischer und veganer Speisen auf der Speisekarte
- Bevorzugter Einkauf von regionalen und saisonalen Lebensmitteln (Saisonkalender für deutsches Obst und Gemüse)
www.geerntet-in-deutschland.de
- Nutzung möglichst gering verarbeiteter und frischer Lebensmittel
- Verwendung ökologisch erzeugter und fair gehandelter Lebensmittel
- Energiearme Produktion und Zubereitung von Speisen und Getränken (Kapitel [Energieeffizienz 3.1.](#))

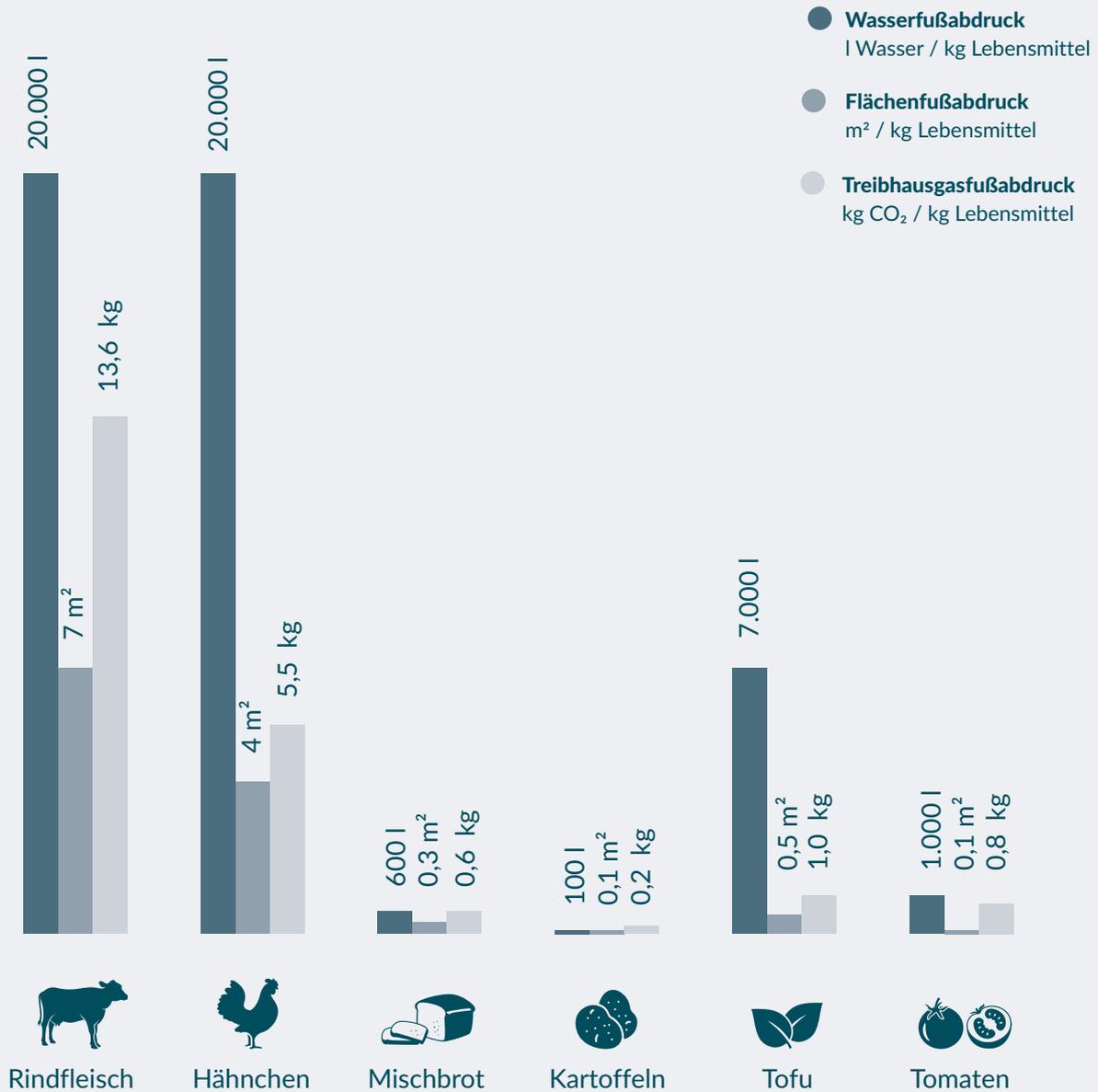
- Vermeidung von Abfällen und Verschwendung durch Lagerverluste, Produktionsabfall, Überproduktion und Tellerrücklauf
- Klasse statt Masse: eine kleine, aber feine Karte mit hochwertigen und authentischen Speisen und Getränken
- Angebot von Alternativen für Gäste mit Allergien und Unverträglichkeiten
- Transparente Kennzeichnung von Herkunft und Inhaltsstoffen gegenüber Gästen



MEHR GEHT IMMER

- Eigenanbau von Kräutern, Obst und/oder Gemüse
- Angebot spezieller Gerichte und Sonderkarten je nach Saison
- Vegetarische und vegane Gerichte als Standard, Fleisch und Fisch als Zusatzoption in der Speisekarte
- Verarbeitung ganzer Tiere bzw. aller Bestandteile eines Tieres
- Ausweisung der CO₂-Emissionen der Gerichte mithilfe der KlimaTeller-App
www.klimateller.de

Treibhausgas-, Flächen- und Wasser-Fußabdrücke ausgewählter Lebensmittel



» **Abb.:** Treibhausgas-, Flächen- und Wasser-Fußabdrücke ausgewählter Lebensmittel jeweils pro Kilogramm Lebensmittel (Quelle: Eigene Abbildung basierend auf [ifeu](#))



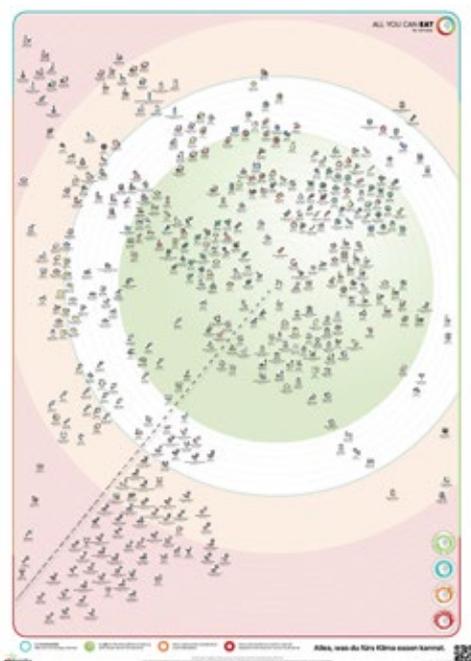
i Mehr Infos

Greentable – Initiative für Nachhaltigkeit in der Gastronomie: Inspiration und Ideen für nachhaltige Gastronomie:
[↗ www.greentable.org](http://www.greentable.org)

Informationen zum Umweltfußabdruck von Lebensmitteln vom Umweltbundesamt:
[↗ www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)

Futouris Sustainable Food Toolkit – Tipps zu Einkauf, Menügestaltung, Abfallmanagement in der Hotellerie und Gastronomie:
[↗ sustainable-food.futouris.org](http://sustainable-food.futouris.org)

Workshop „Nachhaltige(re) Menügestaltung“ für Hotellerie- und Gastronomiebetriebe:
[↗ tourythm.com](http://tourythm.com)



Die Initiative „All you can eat for climate“ (AYCE) weist den exakten Umweltfußabdruck von Lebensmitteln aus und zeigt uns so auf einen Blick, was die Wahl der Lebensmittel mit dem Erreichen der Klimaziele zu tun hat. Ein praktisches Poster gibt einen Überblick über die Klimabilanz von fast 500 Erzeugnissen, die nach entsprechenden Lebensmittelgruppen geordnet sind. So können wir bereits beim Einkauf direkt die bessere Alternative in Erwägung ziehen. Einfach kostenfrei downloaden oder als Poster für die Küche bestellen:

[↗ www.ayce.earth](http://www.ayce.earth)

4.3. Abfallvermeidung und Recycling

Vermindern, vermeiden und verwerten – Drei magische "V's", die nicht nur wertvolle Ressourcen, sondern in Ihrem Betrieb auch bare Kosten einsparen. Pro Jahr werden in Deutschland über 400 Mio. Tonnen Abfall produziert. Mehr als ein Viertel davon wird nicht wiederverwertet oder recycelt – eine riesige Menge an energie- und wasserintensiv produzierten und kostbaren Ressourcen, die uns verloren geht und besser in einen Kreislauf zurückgeführt werden sollte! In puncto Lebensmittelverschwendung stehen wir zudem in einer besonderen Verantwortung.



Egal wo im Betrieb – die Vermeidung von Abfall bietet das größte Einsparpotenzial, Entsorgung ist der letzte Ausweg. Eine gutes Einkaufsmanagement und die kontinuierliche Analyse von Bedarfen und Verbräuchen reduziert (Lebensmittel-)Verschwendung und unnötige Entsorgungen. Qualitativ hochwertige Produkte haben eine längere Lebensdauer und müssen seltener ausgetauscht werden.

Einwegverpackungen sollten, sofern nötig, recycelbar sein. Daher lieber Glas als Plastik – oder noch besser unverpackte Produkte – wählen. Bei Veranstaltungen und im To-Go-Bereich auf Mehrwegverpackungen und Pfandlösungen setzen. Auch eine konsequente Trennung des Mülls durch Mitarbeitende und Gäste kann Materialien in den Wertstoffkreislauf zurückführen. Nehmen Sie alle Bereiche genau unter die Lupe und entwickeln Sie gemeinsam mit Mitarbeitenden jeder Abteilung einen Plan zum Vermeiden, Reduzieren, Wiederverwenden und Recyceln.

Mehr Infos

Futouris Plastic Waste Reduction Toolkit zur Vermeidung von Einwegplastik im eigenen Betrieb:

www.plastic-reduction.futouris.org

Merkblatt zur Mehrwegpflicht:

www.dihk.de

Toolkit zum plastikfreien Hotel von Tourythm:

b2b.tmv.de

Leitfaden „Foodwaste in Hospitality – Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen“ des C.I.S.T. Center for Innovation and Sustainability in Tourism e.V.:

www.kompetenzzentrum-tourismus.de



Weniger Einwegkunststoffverpackungen für Essen und Getränke zum Mitnehmen zu verbrauchen, ist im Sinne des Umwelt- und Klimaschutzes dringend notwendig. Das Verpackungsgesetz (VerpackG § 33, § 34) macht in der Umsetzung der europäischen Einwegkunststoffrichtlinie genau das zur Pflicht. Sogenannte „To-Go“-/„Take-Away“-Getränke und -Speisen sind demnach auch in Mehrwegverpackungen anzubieten. Recup und Rebowl sind Deutschlands größte Mehrwegsysteme für Coffee-To-Go und Take-Away-Food und zugleich eine unkomplizierte und attraktive Alternative zu Einwegverpackungen. Weitere zirkulierende Mehrweg-Verpackungssysteme für To-Go-Speisen und -Getränke sind FairCup, FairBowl und Vytal. Hübsche Mehrwegbecher oder Kaffeepots im individuellen Markendesign animieren Gäste nicht nur zum Verzicht auf (Plastik-)Becher, sondern sind obendrein ein tolles Mitbringsel.

AUCH PAPIER IST ABFALL – BZW. EIN ROHSTOFF, DEN WIR WIEDERVERWENDEN KÖNNEN!

In einem regulären Unternehmen mit 20-30 Mitarbeitenden werden pro Jahr ca. 100.000 Blatt Papier bedruckt. Nehmen wir an, wir stellen auf digital um, was dann?

Einsparung pro Jahr:

100.000 Kopien = 200 Packungen à 500 Blatt

x 7,5 kg Holz zur Herstellung/Packung

x 130 Liter direkter Wasserverbrauch zur Herstellung/Packung

x 27 kWh Energie zur Herstellung/Packung

= 1.000 kg Holz indirekt eingespart = oder alternativ 1.000 Kaminstunden genießen

= 26.000 l Wasser indirekt eingespart = oder alternativ 1.500 m² Garten für ein Jahr lang komplett bewässert

= 5.400 kWh indirekt eingespart = oder alternativ können davon 17 Menschen ihr ganzes Leben lang täglich ihr Smartphone laden (375.000 x) oder 3 Menschen ihr ganzes Leben lang wöchentlich 1x Wäsche waschen (11.000 x)

= 200 Packungen x 3,50 Euro/Packung = 700 Euro pro Jahr

= ca. 10 Druckerpatronen für 200 Packungen x 40 € = 400 Euro pro Jahr



Good Practice

REMAP - NEUER PLAN FÜR ALTE DINGE

Die Online-Karte ReMap stellt Angebote zur Abfallvermeidung, Wiederverwendung und zum Recycling vor. Ob Reparieren, Teilen, Leihen, Verkaufen, Tauschen, Verschenken oder Spenden – Mit der Zero Waste-Initiative des Landkreises Leipzig können Unternehmen und Privatpersonen gebrauchten Gegenständen ein zweites Leben schenken. Die praktische und übersichtliche Karte präsentiert konkrete Lösungsvorschläge für verschiedene Probleme im Landkreis Leipzig:

🔗 zerowaste-llk.de/remap

Bald auch für ganz Sachsen:

🔗 remap-sachsen.de/remap



Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Kontinuierliche Überprüfung der Abfallmengen (z. B. je Gast und Nacht), Abfallarten und Vergleich der Kennzahlen mit anderen Zeiträumen
- Konsequente Trennung und korrekte Entsorgung von Müll und Abfallprodukten (z. B. Speiseöl, Druckerpatronen und -kartuschen etc.)
- Abfalleimer und Mülltonnen ausreichend kennzeichnen, Mülltrennung in allen Arbeitsbereichen, auf den Zimmern und in öffentlichen Bereichen (z. B. Toiletten), Reduzierung des Einsatzes von Müllbeuteln
- Keine Kleinst- und Portionsverpackungen bei Kosmetika und in der Gastronomie, stattdessen Nutzung von Großgebinden (z. B. Mehrweggläser zur Selbstbedienung für Butter, Kaffeesahne, Marmelade etc.) und Spendern (z. B. für Shampoo und Seifen)
- Verzicht auf Einwegverpackungen und -geschirr, im Falle von Einweg: Beschaffung von biologisch abbaubarem Besteck und Geschirr aus natürlichen Materialien, wie Bambus, Schilf, Holzfasern
- Reparatur von defekten technischen Geräten, Einrichtung oder Gebrauchsmaterialien
- Herstellung von sinnvollen Merchandise-Artikeln mit regionalem Charakter aus nachwachsenden, natürlichen Materialien
- Digitales Konzept: Rechnungen stehen generell online zur Verfügung und werden nur bei Bedarf gedruckt, sämtliche Werbe- und Infomaterialien stehen als pdf-Download auf der Webseite zur Verfügung
- Doppelseitiges Drucken, Kopieren und Beschreiben von Papier mit Duplex-Funktion als voreingestellter Standard
- Mehrfaches Verwenden von Kartonagen, Briefumschlägen und Füllmaterial, Wiederverwendung von Tonerkartuschen und -patronen
- Reduzierung von gedrucktem Informationsmaterial durch persönliche Beratung und digitale Informationsquellen, wie Apps in Tourist-Informationen und an Rezeptionen
- Verwendung von recyceltem und/oder zertifiziertem Papier für notwendige Flyer, beispielsweise solches mit dem „Blauen Engel“-Zertifikat
- Wasserspender (als Glaskrüge o. Ä.), Aufbereitung von Leitungswasser und Abfüllung in (gebrandeten) Mehrwegflaschen
- Planung von Speisenangeboten basierend auf Reservierungen und den bekannten Essgewohnheiten der Gäste
- Vermeidung des Verderbens von Lebensmitteln durch die Anwendung der „First-in-First-out“-Methode, um Vorräte rechtzeitig zu verbrauchen



MEHR GEHT IMMER

- Anreizsysteme etablieren (z. B. interne Wettbewerbe für minimale Abfallverursachung)
- Recycling- oder Nachverwendungsmanagement (z. B. Spende) für ausgediente technische Geräte (z. B. Laptops, Handys und Küchengeräte) und Möbel
- Einführung von Systemen für Mehrweg und Pfand (z. B. in Zusammenarbeit mit Anbietern wie Recup/Rebowl, FairCup/FairBowl, Vytal)
- Nutzung von lokal/regional gemeinsam genutztem, ausleihbarem Mehrweggeschirr, enge Zusammenarbeit mit Lieferanten
- Erwerb von nachhaltiger Gastronomie- und Hotelausstattung (z. B. bei [komodea.com](https://www.komodea.com))
- Aktive Vermeidung von Lebensmittelverschwendung durch kostenfreie Bereitstellung für Mitarbeitende, Gäste oder Dritte, z. B. durch den vergünstigten Verkauf über Apps, wie „Too Good To Go“ oder Spende an die Tafel
- Optimierung des Einkaufsmanagements, z. B. durch genaue Bestimmung von Mengen und Just-in-Time-Lieferungen
- Haltbarmachung von Lebensmitteln durch Einkochen, Einwecken und Co.
- Nutzung von Lebensmittelabfällen für den eigenen Kompost und als Düngemittel

4.4. Förderung der biologischen Vielfalt

Die Notwendigkeit einer Vielfalt an Arten, Ökosystemen und Genen zeichnet sich immer deutlicher ab. Wir benötigen sie für unsere Ernährung, unsere Gesundheit und nicht zuletzt, um eine regionale Identität für unsere Gäste zu schaffen. Denn was wäre die Sächsische Schweiz ohne ihre Riffkiefern oder die Oberlausitz ohne ihre Seeadler?

Unsere Gäste erfreuen sich an einer schönen und intakten Natur, abwechslungsreichen Landschaften, gesundheitsfördernden Umgebungen für Körper und Seele sowie kulinarischer Vielfalt.

Gleichzeitig werden durch unsere Branche Umwelt, Natur und Landschaft auch negativ beeinflusst: So gefährden beispielsweise Außenbeleuchtungen mit einem hohen UV-Anteil Nachtfalter und andere nachtaktive Insekten. Auch Tourismusbetriebe können dabei helfen, Schädigungen der Natur zu vermeiden und die biologische Vielfalt vor unserer Haustür mit einfachen Maßnahmen zu erhalten.

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeitenden für Naturschutz (z. B. Informationen über Schutzgebiete, Naturerlebnisangebote in der Region und Maßnahmen zur Förderung der biologischen Vielfalt auf dem Gelände)
- Errichten von naturnahen Blühstreifen, Hecken und Zäunen
- Kennzeichnen von Fenstern und Glasfassaden zur Vermeidung von Vogelschlag
- Anbringen von kleinmaschigen Netzen zur Entschärfung von Tierfallen (z. B. bei Abflüssen und Gullis)
- Keine jahreszeitlich wechselnde Bepflanzung, stattdessen blüht es zu jeder Jahreszeit in einer anderen Ecke des Gartens
- Verzicht auf (lärm- und abfallintensive) Spezialeffekte (z. B. Steigenlassen von Luftballons, Pyrotechnik)
- Anbau von (Wild-)Blumenwiesen statt Steingarten und (Roll-)Rasen
- Seltenes Mähen (z. B. 1x in 2 Monaten), Streifenmäh und Liegenlassen von Mahd
- Förderung von Behausungen und Strukturvielfalt in Form von Totholz, Steinhäufen, Offenboden, Hecken
- Verzicht auf umweltschädigende Pflegeformen (z. B. Unkrautbrenner und Laubbläser)
- Hausverbot von chemischen Pestiziden, Düngern und torfhaltigen Produkten
- Erklären und Erlebarmachen von Biodiversität (z. B. Flyer über lokale Lebensräume)



MEHR GEHT IMMER

- Mitmachaktionen mit Gästen organisieren (z. B. Baumalleen pflanzen, Insektenhotels bauen, Streuobstwiesen nachhaltig bewirtschaften, Weinlese)
- Anbau heimischer und alter Obst-, Gemüse- und Kräutersorten
- Einkauf von Produkten und Dienstleistungen, die Biodiversität positiv fördern (z. B. Körperhygieneartikel und Reinigungsmittel ohne Mikroplastik, regionale Produkte aus Permakulturen)
- Bepflanzung der Eingangsbereiche, Flächen, Balkone, Terrassen etc. mit heimischen, insektenfreundlichen, standortgerechten Pflanzenarten und Saatgut
- Tierfreundliche Beleuchtung durch Nutzung von „Full-Cut-Off-Leuchten“, Lampen mit geschlossenen Gehäusen, Bewegungsmeldern und Zeitschaltuhren
- Hilfestellungen für Insekten (z. B. Insektenhotels, Bienenstöcke, Nist-/Brutkästen für Vögel)
- Begrünung von Dächern und Fassaden als Dämmung und Verschönerung der Umgebung
- Förderung von wasserdurchlässigen, möglichst natürlichen und wenig bodenverdichtenden Bodenbelägen (z. B. für Wege, Parkplätze, etc.) und Entsiegelung von Böden
- Gezielte Lenkung von Gästen und Besuchenden (z. B. Installation einheitlicher touristischer Wegführungen, Beschränkung der Größe von Reisegruppen, Zusammenarbeit mit zugelassenen Gästeführenden)
- Vernetzung und Kooperation mit Schutzgebieten, Bildungseinrichtungen, Naturschutzorganisationen, Umweltverbänden und kommunalen Behörden (z. B. zur Zählung der Vogelbestände im eigenen Vorgarten)
- Konsultation von Fachstellen für Natur, Landschaft und Baukultur (z. B. bei (Bau-)Projekten)
- Engagement für lokale/regionale Naturschutzinitiativen (z. B. PatenSCHAft des NABU)
- Kompensation von CO₂-Emissionen durch lokale/regionale Naturschutzprojekte

Vor allem durch die Kommunikation mit unseren Gästen und die umweltfreundliche Gestaltung von touristischen Aktivitäten können wir unsere unmittelbare Umgebung positiv beeinflussen. So verringert die naturnahe Gestaltung unseres Geländes mit einer Wildblumenwiese statt eines gepflasterten Platzes nicht nur die Flächenversiegelung.

Durch eine gezielte Kommunikation unserer Maßnahmen sensibilisieren wir Gäste und Mitarbeitende für ein naturgerechtes Verhalten. Die Möglichkeit, Teil des Artenschutzes zu werden, schafft zudem besondere Gästelerlebnisse und zeigt gleichzeitig, dass uns die Vielfalt der heimischen Natur am Herzen liegt. Und in einer attraktiven und grünen Umgebung arbeitet es sich doch auch viel besser, oder?

übrigens...

Die Tierbestände sind weltweit in den letzten 50 Jahren um 70 % geschrumpft. 1 Mio. Arten von 8 Mio. Arten sind bedroht. Ein Beispiel ist das Aussterben von Insekten. Mancherorts sind die Bestände bereits um 80 % zurückgegangen – jedoch hängt ein Drittel unserer Ernährung von Bestäubern, wie Bienen, Vögeln, Fledermäusen ab.

Mehr Infos

Praxisleitfaden „Tourismus und biologische Vielfalt in Zeiten des Klimawandels“ vom Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung:
www.bfn.de

Handbuch Biodiversitätsmanagement – Ein Leitfaden für die betriebliche Praxis:
www.business-and-biodiversity.de

Schritt-für-Schritt-Anleitung für mehr Biodiversität in Unternehmen:
www.plant-values.de

Biodiversitätsprogramm des Landes Sachsen:
www.natur.sachsen.de

Good Practice

BIOLOGISCHE VIELFALT HAUTNAH ERLEBEN IM TRIXI FERIENPARK



Einen Beitrag für die vielfältige Entwicklung von Flora und Fauna zu leisten, ist dem Trixi-Team eine Herzensangelegenheit. Im Eigenstudium haben sich Mitarbeitende damit beschäftigt, wie die eigne Schmetterlingswiese artgerecht zu pflegen ist, damit auch eine Insektenvielfalt entstehen kann. Vom Mehrgenerationen-Energie-Rastplatz können Gäste nun entspannt die heimische Vogel- und Insektenwelt beobachten. Ganze 17 Nistkästen für Vögel sowie Nistplätze für Fledermäuse und Insekten sind hier eingerichtet. Auf dem wildbewachsenen Walderlebnisplatz erkunden Kinder die Behausungen regionaler Sagenfiguren an Bäumen. So werden im Rahmen des Animationsprogrammes des Ferienparks bereits die kleinsten Gäste für den Schutz von Tieren und Pflanzen sensibilisiert.

www.trixi-park.de

5. Vier Zutaten für ein gutes

Miteinander

Das Reisen lebt von Vielfalt, Offenheit und einem guten Miteinander. Durch ihr soziales und gesellschaftliches Engagement leisten Tourismusbetriebe einen wichtigen Beitrag für eine Region mit hoher Lebensqualität, tragen zur Verständigung zwischen verschiedenen Kulturen bei, schaffen Beschäftigungsmöglichkeiten für Einheimische und bereichern die Urlaubserlebnisse ihrer Gäste.

In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie in Ihrem Betrieb eine attraktive Arbeitswelt schaffen, um zufriedene und selbstverantwortliche Mitarbeitende zu gewinnen und zu halten. Es zeigt auf, wie die Förderung von Diversität, Inklusion und Barrierefreiheit das Miteinander im Team und das Gästelerlebnis bereichern kann. Lassen Sie sich zudem inspirieren, wie Ihr Betrieb von einer starken Bindung zur Region profitieren kann.



5.1. Attraktive Arbeitswelt

In touristischen Betrieben wird allerorts nach Arbeitskräften gesucht. Ohne gesunde, motivierte und produktive Mitarbeitende steht der langfristige Erfolg unserer Hotels, Restaurants, Freizeit- und Kulturbetriebe auf der Kippe. Um Mitarbeitende langfristig zu halten und Nachwuchskräfte zu gewinnen, sollten wir ihre Bedürfnisse in den Fokus rücken.

Neben grundsätzlich fairen Arbeitsbedingungen und einer gerechten Entlohnung punkten Sie als Arbeitgeber mit einer guten Vereinbarkeit von Arbeit, Familie und Freizeit. Passt das Arbeitsmodell zur Lebensrealität der Mitarbeitenden, steigt auch die Leistungsbereitschaft des Personals. Durch ein durchdachtes betriebliches Gesundheitsmanagement verringern Sie krankheitsbedingte Ausfälle und Überlastungserscheinungen. So kommen alle fit, gesund und munter durch den Arbeitsalltag.

Ziehen Sie gemeinsam mit Ihrem Team an einem Strang! Die Förderung der persönlichen und fachlichen Entwicklung Ihrer Mitarbeitenden durch Schulungen, Aus- und Weiterbildungen ist ein Kompetenzgewinn für alle. Die Möglichkeit eigene Ideen einzubringen oder konstruktive Kritik offen zu äußern, stärkt das Wir-Gefühl.

Zufriedene Mitarbeitende bringen letztlich glückliche Gäste! Sie sind ein Spiegel des Betriebes nach außen. Gestalten Sie eine attraktive Arbeitswelt für Ihre Mitarbeitenden, zeigt sich das auch im Unternehmenserfolg. Schauen wir mal rein!

Gut zu wissen!

Attraktive Arbeitsbedingungen und ein positives Arbeitgeber-Image sind das A und O für eine erfolgreiche Fach- und Arbeitskräfte-sicherung. Die Praxishilfe „Guter Gastgeber – Guter Arbeitgeber“ vom DEHOGA Bundesverband zeigt mit praktischen Tipps und inspirierenden Beispielen aus touristischen Unternehmen, wie eine moderne Personalpolitik aussehen kann. Gute Führung und Kommunikation, Personalrekrutierung und -bindung, Teamentwicklung, Weiterbildung und Kompetenzentwicklung sowie Gesundheitsförderung: Innerhalb dieser fünf Handlungsfelder gibt es eine Fülle von Ansätzen und Tools, aus denen Sie sich die für Ihren Betrieb passenden Elemente herausgreifen können.

dehoga-bundesverband.de

Checkliste

Faire Beschäftigungsverhältnisse:

PACKEN WIR'S AN

- (nach Möglichkeit) übertarifliche Entlohnung, gleiches Gehalt für gleiche Leistung (auch für Saisonmitarbeitende)
- Sicherung von dauerhafter Beschäftigungsqualität (z. B. Schaffung von festen Arbeitsverträgen, Einstellung von ausreichend Personal, faire Überstundenreglung)
- Monetäre Zulagen zum Einkommen (z. B. betriebliche Altersvorsorge, vermögenswirksame Leistungen, Kinderbetreuungszuschüsse)

+ MEHR GEHT IMMER

- Zusätzliche Benefits (z. B. Pausenverpflegung, Fahrtkostenzuschüsse etc.)

Vereinbarkeit von Familie, Freizeit und Beruf:

PACKEN WIR'S AN

- Ermöglichung flexibler Arbeitszeitmodelle (z. B. variable Arbeitszeiten, Gleitzeit, Teilzeit, mobiles Arbeiten)
- Berücksichtigung individueller Wünsche im Dienstplan
- Rücksichtnahme auf individuelle Lebenssituation (z. B. Pflege von Angehörigen)

+ MEHR GEHT IMMER

- Schaffung von New-Work-Angeboten (z. B. Zeitwertkonten, Jobsharing, Workation, Sabbatical)
- Unterstützung von Betreuungsmöglichkeiten (z. B. betriebsinterne Kinderbetreuung)

Arbeitssicherheit und betriebliches Gesundheitsmanagement:

PACKEN WIR'S AN

- Arbeitsschutzschulungen und Arbeitsplatzbegehungen
- Ergonomische Gestaltung von Arbeitsplätzen
- Gestalten der Räume im Restaurant, an der Rezeption, im Gastraum, im Büro mit (heimischen) Pflanzen und grünen Elementen, um Luftqualität und Wohlbefinden zu steigern

+ MEHR GEHT IMMER

- Bewegte Pausen, Betriebsspaziergänge und Sportangebote (z. B. in Kooperation mit Krankenkassen, hauseigene Nutzung von Wellnessbereichen, Zuschüsse zu Fitnesskursen)
- Bereitstellung gesunder Verpflegungsoptionen am Arbeitsplatz

Recruiting, Qualifizierung und Weiterbildung:

PACKEN WIR'S AN

- Informationstage zu Möglichkeiten im Unternehmen (z. B. Tag-der-offenen-Tür-Spaziergänge, Green Bag Sessions, Girls Day)
- Anbieten von Ausbildungsplätzen, Werkstudentenstellen oder dualen Studienplätzen
- Kooperation mit Bildungseinrichtungen (z. B. BSZ, Hochschulen, Handelskammern)

+ MEHR GEHT IMMER

- Stellenausschreibungen, in welchen das (soziale und ökologische) Engagement und die Werte des Unternehmens herausstechen
- Individuelles Onboarding-, Buddy-, oder Mentoringprogramm
- Schaffung interner Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten
- Generelle und fachliche Weiterbildungsangebote für alle Mitarbeitende (z. B. Datenschutz, Green Marketing)
- Prämien für eine Aktion „Mitarbeitende werben Mitarbeitende“
- Angebot von Personalunterkünften für neue Teammitglieder

Hier geht's weiter →

Mitbestimmung und Wertschätzung:

PACKEN WIR'S AN

- Regelmäßige Befragung der Mitarbeitenden und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen
- Personalgespräche mit wertschätzendem und fairem Feedback in beide Richtungen
- Transparente und offene interne Kommunikation (z. B. von Entscheidungen, Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten)
- Einbindung der Mitarbeitenden in Entscheidungsprozesse und Strategien (z. B. Selbstverantwortung und -organisation, Zusammenarbeit auf Augenhöhe, kurze Entscheidungswege)
- Offene Tür für Rückkehrer: gutes Off-Boarding, ehrliches Feedback und regelmäßiger Kontakt eröffnen Chancen für eine erneute Zusammenarbeit

+ MEHR GEHT IMMER

- Honorierung von besonderen Leistungen (z. B. Wall of Fame für Lob und Komplimente)
- Anonymer Beschwerdebriefkasten für kontinuierliches Feedback
- Überraschungen oder kleine Geschenke zu gewissen Anlässen
- Gemeinsame (Team-)Events (z. B. Ausflüge, Yoga-Sessions)

Nachhaltigkeit in der Unternehmenskultur:

PACKEN WIR'S AN

- Jährliche Schulung zum Thema Nachhaltigkeit für gesamtes Team
- Verankerung von Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmensleitbild
- Einbindung von Mitarbeitenden verschiedener Abteilungen in ein Green-Team

+ MEHR GEHT IMMER

- Förderung einer nachhaltigen Mobilität der Mitarbeitenden (z. B. Raum/Tool zur Organisation von Mitfahrgelegenheiten, Dienstfahrrad, Fahrradabstellplätze, Job-Ticket, Bus/Bahn als präferierte Option bei Dienstreisen, zusätzlicher Urlaubstag bei privaten Urlaubsreisen mit der Bahn)



Good Practice

NORDSEE KOLLEKTIV – ZUSAMMEN GEHT MEHR!



Gemeinsam kümmern sich fünf verschiedene Tourismusunternehmen an der Nordsee um das, was ihren Ort, ihre Hotels und Restaurants so besonders macht: ihre Mitarbeitenden. Als Nordsee Kollektiv bieten sie Team-Mitgliedern und denen, die es werden wollen, nicht nur eine Stelle, sondern eine coole Kombi aus Leben, Job und Community. Außerdem sorgen sie dafür, dass alles vorhanden ist, um auch außerhalb des Arbeitsplatzes eine gute Zeit zu haben – von Wohnraum über Events und Fitnessstudio-Mitgliedschaften bis hin zu Sprachkursen. Um neue Erfahrungen zu sammeln, sind Schnuppertage in anderen Häusern möglich. Das erhöht die Motivation und das Engagement der Mitarbeitenden – und die Bindung zum Unternehmen(skollektiv).

🔗 www.nordsee-kollektiv.de

56 %

der Menschen in Deutschland achten bei der Jobwahl auf die Haltung des Arbeitgebers zum Klima

Nachhaltigkeit ist in – auch bei der Jobsuche. Vor allem jungen Menschen zwischen 20 und 29 Jahren (81 %) es sehr wichtig, dass ihr zukünftiger Arbeitgeber an die Zukunft denkt. Nicht nur die Gen Y und Z: Mehr als die Hälfte der Befragten aller Altersgruppen legt Wert darauf, dass er auf Nachhaltigkeit achtet. Für 10 Prozent der Jobsuchenden hat das sogar Priorität. Wenn's um die Berufswahl geht, zählt für viele die Haltung und das Engagement eines Unternehmens.

(Quelle: Repräsentative 🔗 [Klimauffrage](#) der Europäischen Investitionsbank)



Heute schon gewertschätzt? Wir alle freuen uns über kleine persönliche Gesten, ein Dankeschön, ein offenes Ohr oder Gespräch auf Augenhöhe. Fangen Sie am besten direkt damit an. Wem sind Sie wofür dankbar?

LIEBER IN MITARBEITENDE INVESTIEREN, ALS SIE GEHEN ZU LASSEN!

Denn: Die realen Kosten der Fluktuation von Personal sind enorm.

- **Personaleinstellungskosten und -zeit:** ca. 4.000 Euro und 52 Tage aufgrund des Personalbeschaffungsprozesses (Stellenanzeigen, Bearbeitung der Bewerbungen, Vorstellungsgespräche etc.)
- **Einarbeitungskosten:** hoher personeller, zeitlicher und dadurch finanzieller Aufwand zur Einarbeitung
- **Produktivitätsverlust:** neue Mitarbeitende erreichen erst nach 1-2 Jahren das Leistungsniveau ihrer Vorgänger aufgrund des erst steigenden Lernfortschritts mit Prozessen, Tools etc. im Unternehmen
- **Risiko der Kündigungswelle:** Wenn Mitarbeitende kündigen, regt das die Kollegen an, über die Gründe nachzudenken und eventuell zu dem Schluss zu kommen, dass sie auch kündigen sollten – ein ungewollter und teurer Dominoeffekt für das Unternehmen!

= Es kostet Sie ca. 30.000 €, um die Stelle eines Mitarbeitenden mit einem Jahresgehalt von 40.000 € neu zu besetzen.

Investieren Sie dieses Geld stattdessen in Feedbackgespräche, strukturierte Entwicklungsprogramme, Teamspaß, Weiterbildungen oder eine Bonuszahlung!

(Quelle: www.wrike.com)

5.2. Diversität und Inklusion

Von jeher sorgt der Tourismus für die Verbindung von Menschen, Ländern und Kulturen. Als Reisebranche ermöglichen wir es Gästen, unterschiedliche Kulturen zu erleben, schaffen Orte der Begegnung und des Kennenlernens. Stehen wir als sächsische Tourismuswirtschaft gemeinsam für eine weltoffene und vielfältige Gesellschaft ein!

VIELFALT:

Die Kunst, gemeinsam unabhängig zu denken. Ein buntes Team mit Mitarbeitenden aus allen Ecken der Welt, verschiedenen Altersgruppen, Geschlechtern, Kulturen und Lebenswegen trägt mit seinen verschiedenen Sichtweisen und Erfahrungen zur Vielfalt am Arbeitsplatz bei.

GERECHTIGKEIT:

Betriebe tragen die Verantwortung, dass mit allen Mitarbeitenden (möglichst) fair umgegangen wird. Dabei geht es nicht nur darum, jede und jeden gleich zu behandeln, sondern dass Potenziale entdeckt, gefördert und am besten so eingesetzt werden, dass das Team gemeinsam erfolgreich ist.

INKLUSION:

Stellen Sie sich vor, alle im Unternehmen fühlen sich als Teil eines großen Teams, respektieren sich, hören einander zu und schätzen sich für ihre positiven Seiten. Egal ob Mensch mit oder ohne Beeinträchtigungen, Führungskraft oder Mitarbeitender, Berufsanfänger oder alter Hase: Alle haben ihren Platz im Team und können Ideen, Wünsche, Sorgen teilen.

Mit den folgenden Maßnahmen bringen Sie frischen Wind in die Bude und machen Ihr Unternehmen zu einem Ort, an dem Vielfalt nicht nur willkommen ist, sondern gefeiert wird – unter Mitarbeitenden und für Gäste!



Charta der Vielfalt – Für Diversität in der Arbeitswelt

Die Charta der Vielfalt ist ein Versprechen von Unternehmen in Deutschland, sich für ein vorurteilsfreies, gerechtes und offenes Arbeitsumfeld einzusetzen. Wer sie unterschreibt, sagt „Ja“ zu einem Team, in dem jeder seinen Platz hat, egal woher er kommt, an wen er glaubt, wen er liebt oder wie er aussieht. Viele Maßnahmen für das Diversitäts-Management lassen sich auch in kleinen oder mittelständischen Unternehmen umsetzen.

www.charta-der-vielfalt.de

Good Practice

PHILIPPUS INKLUSIONSHOTEL LEIPZIG ROCKT INKLUSION

Hier zählt das Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderungen – und das auf Augenhöhe. Über 30 % der Crew haben eine Behinderung. Die Stärken jedes Einzelnen werden großgeschrieben und der inklusive Ansatz wird ganzheitlich im Team gelebt. Neben den Mitarbeitenden erhalten auch Gäste mit Einschränkungen die Hilfestellung, Aufmerksamkeit und Zeit, die sie benötigen. Hier sind alle herzlich willkommen!

www.philippus-leipzig.de



Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Sensibilisierung von Gästen und Mitarbeitenden für Mentoring oder Tandem: Zusammenbringen von unterschiedlichen Mitarbeitenden (z. B. Arbeitserfahrene und Neulinge, Muttersprachler und Zugezogene, Digitalaffine und Analogexperten), um den Austausch zu fördern, voneinander zu lernen, neue Perspektiven zu entdecken und sich schätzen zu lernen
- Verantwortung ist Chefsache! Offene Positionierung gegenüber bunten Teams – im Intranet, Internet, Mitarbeitermagazin, Newsletter oder zur Mittagspause
- Bunte Gestaltung von Recruiting und Onboarding (z. B. gleichberechtigte Einstellung von neuen Mitarbeitenden, Offenheit zu Vielfalt in Stellenausschreibungen, Integration von Vielfalt als Thema beim Onboarding)
- Job Rotation: Schaffen der Möglichkeit, dass Mitarbeitende verschiedene Rollen und Aufgaben kennenlernen und untereinander tauschen, um Verständnis und Wertschätzung zu entwickeln
- Etablierung eines anonymen Beschwerdesystems zur Meldung von internen Konflikten und Unterstützungsgesuchen



MEHR GEHT IMMER

- Beschäftigung von Menschen mit Behinderung oder Zusammenarbeit mit entsprechenden Vereinen und Organisationen
- Engagement für einen ausgeglichenen Anteil von Frauen, Männern, Alt und Jung etc.
- Nutzen der Vielfalt im Unternehmen in Angebots- und Produktentwicklung: Zusammenstellung von Teams, die aus einem bunten Mix von Erfahrungen schöpfen und so kreativer und flexibler sind
- Bonussysteme oder belohnende Anreize für Führungskräfte und Mitarbeitende, die sich für ein wertschätzendes und vorurteilsfreies Miteinander stark machen
- Karrierepfade mit Weitblick: Weiterentwicklung von Mitarbeitenden so planen, dass die Stärken und Talente jedes Einzelnen gefördert werden
- Betriebliches Eingliederungsmanagement zur (Re-) Integration von Mitarbeitenden mit längeren Fehlzeiten oder Menschen mit Beeinträchtigungen (z. B. durch individuelle Einarbeitungspläne, Erst-, Folge-, Rückkehrgespräche)
- Betriebliches Ausgliederungsmanagement (z. B. Übergangspläne in den Ruhestand)

5.3. Barrierefreiheit

Ein Urlaub ohne Barrieren ist für viele unserer Gäste bereits heute ein wichtiges Qualitätsmerkmal und wird aufgrund des demographischen Wandels bei der Wahl ihres Urlaubsziels immer wichtiger. Barrierefreiheit bedeutet dabei nicht nur touristische Betriebe für Menschen im Rollstuhl zugänglich zu machen, sondern auch Menschen mit Sehbehinderungen, Mamas und Papas mit Kinderwägen oder Gästen mit einer kurzzeitigen Beeinträchtigung durch einen Beinbruch die Möglichkeit zu geben, die Urlaubs- und Freizeitaktivitäten Sachsens uneingeschränkt zu genießen.

Um auch zukünftig allen Gästen ein positives und komfortables Reiseerlebnis in Sachsen zu ermöglichen, ist es wichtig, dass Sie sich als Tourist-Information, Gastgebende oder Freizeitbetrieb intensiv mit den besonderen Bedürfnissen und Anforderungen von Reisenden mit Mobilitäts- oder Sinneseinschränkung sowie geistigen

oder kognitiven Beeinträchtigungen auseinandersetzen. Ob barrierefrei zugänglich für Gäste mit Rollatoren, eine Speisekarte in Großschrift oder Schlossführungen in Gebärdensprache – die Erfüllung grundlegender Bedürfnisse dieser Zielgruppe versetzt Sie in die Lage, im Wettbewerb die Nase vorn zu haben und wirtschaftlichen Nutzen zu erzielen.

Auch mit kleineren, kostengünstigen Maßnahmen können wir bereits für einen komfortableren Aufenthalt bei unseren Gästen mit spezifischen Bedürfnissen sorgen. Oftmals reichen schon einfache und pragmatische Ansätze, wie z. B. spezielle Services, eine hellere Beleuchtung, das Umstellen von Tischen oder ein langsamer geführter Stadtrundgang, um unser touristisches Angebot für alle zu verbessern. Hier gibt's passende Anregungen.



Good Practice

IM SONNENLANDPARK LICHTENAU STEHT BARRIEREFREIHEIT HOCH IM KURS!

Besucherinnen und Besucher mit Mobilitäts- und Sinneseinschränkungen erkunden den Park bequem per Parkbahn mit Rollstuhlanteil. Ein Spielplatz voller Spaß wartet mit Rollstuhlkarussell, -wippe und Netzschaukel. Sogar das Riesenrad hat eine Gondel für Rollstuhlfahrer. Für sehbehinderte Menschen gibt's spannende Hörführungen und Klanginstrumente. Im Streichelzoo sowie im Irr- und Rosengarten werden der Geruchs- und Tastsinn angeregt. Riesenkissen bieten einen entspannten Rückzugsort für Gäste mit kognitiven Beeinträchtigungen. Auch das hauseigene Familienhotel punktet mit zwei rollstuhlgerechten Zimmern, sodass alle bequem übernachten können. Ein rundum gelungenes Beispiel dafür, wie ein Freizeitpark allen Besucherinnen und Besuchern ein unvergessliches Erlebnis bieten kann.

🔗 www.sonnenlandpark.de



Checkliste

PACKEN WIR'S AN

Information, Transparenz, Sicherheit: Welche barrierefreien und/oder komfortablen Angebote haben Sie bereits?

- Analyse aktueller und künftiger Gästeprofile im Hinblick auf Bedürfnisse
- Transparente Informationen zur Barrierefreiheit im Betrieb, in der Region sowie beim ÖPNV
- Kennzeichnung von allergenen Zutaten in der Speisekarte
- Sensibilisierung der eigenen Mitarbeitenden für Inklusion und Barrierefreiheit

Räder-Füße-Regel: Sind die Angebote sowohl für Gäste mit Rollstuhl oder Rollator als auch für gehende Besucher durchgängig nutzbar?

- Vermeidung von Schwellen und Stufen
- Ausreichend Platz für Hilfsgeräte (z. B. Rollator, Kinderwagen etc.)
- Treppen mit griffsicheren Geländern, zusätzliche Sitzmöglichkeiten
- Langsamere Durchführung von Führungen und Stadtrundgängen

Zwei-Sinne-Prinzip: Sind die Informationen durch mindestens zwei der Sinne (Sehen, Hören, Fühlen etc.) wahrnehmbar?

- Treppenstufen mit taktil wahrnehmbaren Kontraststreifen
- Kontrastreiche und taktile Gestaltung von Bedienelementen, wie Türgriff, Lichtschalter, Steckdose oder Notruf
- Bereitstellen von Audioguides

KISS-Regel: Werden die Informationen nach der Regel „Keep it short and simple“ („Drücke es einfach und verständlich aus“) angeboten?

- Schriftliche Texte und Erklärungen (z. B. bei Infomaterialien) in kurzen, einfachen, doch grammatikalisch korrekten Sätzen
- Zusätzliche visuelle Darstellung (z. B. bebilderte Speisekarte, (farbliche) Symbole bei Ausschreibungen etc.)

Individuelle-Service-Regel: Werden Servicekräfte eingesetzt, die die individuellen Bedürfnisse der Gäste erkennen und berücksichtigen?

- Sensibilisierung und Schulung des Servicepersonals für Barrierefreiheit (z. B. Sensibilisierungsseminare von Sachsen Barrierefrei)
- Abholdienst und Gepäcktransport als zusätzlicher Service
- Ausleihbare Lesebrillen für die Gäste

Beachtung des neuen Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG) und dessen Vorgaben für elektronische Produkte und Dienstleistungen:

www.bmas.dew



MEHR GEHT IMMER

- Bauliche Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit: barrierefreie Zuwegung und Einrichtungen (z. B. Toiletten, ebenerdige Duschen, rollstuhlgerechte Zimmer, Tresen etc.), Anbieten von flexiblen/mobilen Rampen, optische Verstärkung von akustischen Signalen (z. B. Telefon)
- Vor-Ort-Besichtigung und Aufnahme der detaillierten Zugänglichkeit des Betriebes sowie Kennzeichnung mit den Piktogrammen im Rahmen von Sachsen Barrierefrei
sachsen.tourismusnetzwerk.info
- Kommunikation der geprüften Barrierefreiheit als Qualitätsmerkmal in allen Kommunikationsmitteln (z. B. Broschüren, Internetseite, Social Media etc.)
- Gewährleistung von Barrierefreiheit bei Informationsmaterialien (z. B. Leichte Sprache, Hör-/Lesefunktion bei digitalen Medien etc.)
- Beschäftigung von Menschen mit Behinderung oder Zusammenarbeit mit Betroffenenverbänden, Vereinen und Organisationen



Gut zu wissen!

Sie haben ein barrierefreies Angebot und möchten dieses vermarkten? Gäste mit Beeinträchtigung benötigen vor allem zuverlässige Informationen, die sie bei der Planung ihrer Reise nach Sachsen nutzen können. Das sachsenweit einheitliche Kennzeichnungssystem „Sachsen Barrierefrei“ bietet Gästen mit Einschränkungen detaillierte Angebotsbeschreibungen für touristische Produkte und Dienstleistungen, auf deren Grundlage jeder Gast die Nutzbarkeit anhand seiner individuellen Ansprüche und Bedürfnisse prüfen und fundierte Reiseentscheidungen treffen kann. Gemeinsam mit Ihnen arbeiten wir an der Entwicklung und Vermarktung barrierefreier touristischer Angebote in Sachsen – von der Recherche über die Vor-Ort-Besichtigung der Betriebe und Aufnahme der barrierefreien Zugänglichkeit bis hin zur Kommunikation dieser Angebote.

sachsen.tourismusnetzwerk.info

i Mehr Infos

Projektinformationen und Praxisleitfaden „Tourismus für ALLE in Sachsen“ im Tourismusnetzwerk Sachsen:

sachsen.tourismusnetzwerk.info

Erklärvideo „Barrierefreies Reisen in Sachsen“:

youtu.be



Barrierefreiheit wird in den nächsten Jahren für jeden zweiten Gast unverzichtbar!

Richtig verstanden und gut umgesetzt, kommen barrierefreie Angebote ALLEN zugute. Für etwa 10 % der Bevölkerung ist Barrierefreiheit zwingend erforderlich, für 40 % notwendig, doch für 100 % komfortabel. Auch Familien mit Kinderwagen, ältere Gäste und (Geschäfts-)Reisende mit großem Gepäck werden Ihr barrierefreies Angebot als vorteilhaft empfinden.

für **10 %**
zwingend erforderlich

für **40 %**
notwendig

für **100 %**
komfortabel



Barrierefreiheit ist für viele Betriebe nicht von heute auf morgen zu erreichen. Dabei sind Investitionen in eine bauliche Verbesserung der barrierefreien Zugänglichkeit oft nicht zu umgehen. Einen ersten Überblick über die wichtigsten Standards für Gebäude, Sanitär-, Beherbergungs- und Außenbereiche geben DIN-Normen (z. B. [DIN 18040](#)) und Bauvorschriften (z. B. [Fachportal nullbarriere.de](#)). Um Fehler und unnötige Mehrkosten bei nachträglichen Umbauten zu vermeiden, sollten bei Neu- und Umbauplänen grundsätzlich die Anforderungen an die Barrierefreiheit berücksichtigt und von Anfang

an Fachleute eingebunden werden. Finanzielle Unterstützung kann das Investitionsprogramm „Barrierefreies Bauen - Lieblingsplätze für alle“ bieten. Es fördert u. a. Investitionen zum Abbau bestehender Barrieren, insbesondere im Kultur-, Freizeit-, Bildungs-, Gastronomie- und Gesundheitsbereich – mit bis zu 100 Prozent der zuwendungsfähigen Ausgaben (max. 25.000 Euro).

www.behindern.verhindern.sachsen.de

5.4. Erhalt der kulturellen und regionalen Identität

Meisterhaft gefertigte Musikinstrumente, feinste Stoffverarbeitung, edles Porzellan, kunsthandwerkliches Schnitzen und Drechseln – Sachsen begeistert mit einem jahrhundertealten Erbe und lebendigen Traditionen. Jeder Fleck auf der sächsischen Landkarte hat dabei seinen eigenen kulturellen Herzschlag, der eine Reise nach Sachsen für Gäste so unverwechselbar macht.

Damit Reisende und die Menschen vor Ort diese Besonderheiten auch künftig genießen können, sind Destinationen und Tourismusbetriebe gleichermaßen gefordert, aktiv zum Erhalt eines bunten, originalen, authentischen Kulturangebotes beizutragen, ohne moralische, ethische und artenschutzrechtliche Belange zu übergehen.

Ob Feste, Themenwege, Ausstellungen, Besichtigungen oder Dialektworkshops, zeigen Sie, was Sachsen einzigartig macht! So bleiben die kulturellen Schätze und die besondere Identität der sächsischen Regionen für alle erlebbar.

Angebote und Veranstaltungen, die Region und Kultur widerspiegeln, können nur dann authentisch sein, wenn sie gemeinsam mit den Menschen vor Ort mit Leben gefüllt werden. Dazu gehören nicht nur die Kunst- und Kulturschaffenden, Manufakturen oder touristischen Partnerinnen und Partner, sondern auch die lokale Bevölkerung. Nur wenn sich auch die Einwohnerinnen und Einwohner mit der touristischen Entwicklung identifizieren, kann die gesamte Region profitieren. Verwandeln Sie Ihr Hotel, Restaurant oder Ihren Freizeitbetrieb in einen Ort, an dem Gäste und Locals einen lebendigen Raum für den Austausch finden – in einen Lieblingsplatz für alle.



Veranstaltungskalender für ganz Sachsen:
Von A wie Ausstellung bis Z wie Zauberflöte – Sachsen verzaubert seine Besucherinnen und Besucher mit kulturellen Veranstaltungen aller Art. Sommer wie Winter. Mit Highlights in jeder Reiseregion. Mit dem sächsischen Veranstaltungskalender behalten Sie den Überblick und können Ihren Gästen tagesaktuell Tipps für Ihren Aufenthalt geben. Bleibt nur noch die Qual der Wahl.

www.sachsen-tourismus.de

WEINGUT SCHUH – TRADITIONELLE WEINBAUKULTUR MIT FRISCHEM PFIFF

Von urig bis edel, von wild bis chillig – Das Weingut Schuh verbindet ursprüngliche Weinkultur mit modernen Elementen. In den denkmalschutzgerecht sanierten Gehöften aus dem 19. Jahrhundert genießen Gäste nicht nur erlesene Weine, sondern tauchen genussvoll in die alte Weinanbautradition des Elbtals ein. Neben klassischen Weinbergwanderungen veranstalten die Nachwuchswinzer Katharina und Matthias Schuh Kräuter-Weinwanderungen und Yoga-Weinbergtouren. Beim „Vinotechno“ oder dem „Winestock“-Weinfest kommen Tanzbegeisterte in Schwitzen – und der sächsischen Weinkultur ein Stückchen näher.

www.weingut-schuh.de



Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Kulturelle und regionale Besonderheiten (z. B. historische Bauwerke, Denkmäler sowie lokale Musik, Tanz, Kunst und Handwerk) bei der Gästeansprache ins Schaufenster stellen und Mitarbeitende dazu schulen
- Zelebrieren der heimischen Küche und regionalen Gastronomie (z. B. Integration lokaler Spezialitäten in die Speisekarte, Angebot von Kochkursen oder kulinarischen Touren)
- Entwickeln von Angeboten (z. B. Souvenirs, Führungen, Workshops etc.), welche die sächsische Kultur, Bräuche und Traditionen wertschätzend und respektvoll aufgreifen
- Marketing und Branding mit Lokalkolorit: Einzigartigkeit der Region (v. a. kulturelle Besonderheiten und Brauchtümer) in der Kommunikation hervorheben
- Willkommen heißen der lokalen Bevölkerung und Ermöglichen der Nutzung von touristischen Angeboten (ggf. mit einem Rabatt)

+ MEHR GEHT IMMER

- Engagement in einem lokalen Verein, der den Erhalt der Brauchtümer, Traditionen und Geschichte fördert
- Zusammenarbeit mit lokalen Künstlerinnen und Künstlern sowie dem Handwerk (z. B. Ausstellen der Werke von lokalen Kunstschaaffenden, Organisation von Workshops mit Bezug zum regionalen Handwerk)
- Organisation von eigenen kulturellen Veranstaltungen (z. B. Workshops, Lesungen, Führungen zu Geschichte und Kultur der Region etc.)
- Nutzung der regionalen Mundart in Führungen und bei der Beschilderung, um das lokale Flair zu betonen
- Organisation von Mitmachaktionen für Gäste, um an regionaler Kultur teilzuhaben (z. B. Mitarbeit bei der Weinlese)
- Zusammenarbeit mit ehrenamtlichen und bürgerschaftlichen Initiativen oder Bildungseinrichtungen, um Einwohnerinnen und Einwohner bei Tourismusprojekten zu integrieren

6. Zwei Zutaten für eine erfolgreiche

Kommunikation

Sie sind der Meinung, man muss sein Nachhaltigkeitsengagement nicht an die große Glocke hängen? Indem Sie Ihre Bemühungen offen, glaubwürdig und transparent kommunizieren, zeigen Sie jedoch, für welche Werte Ihr Unternehmen steht – und liefern Ihren Gästen, Mitarbeitenden, Lieferanten und Partnern schlagkräftige Argumente für eine Buchung oder künftige Zusammenarbeit.

Tun Sie Gutes und reden Sie (ehrlich) darüber! Welche Ziele hat sich Ihr Betrieb gesetzt? Welche (ersten) Erfolge konnte Ihr Unternehmen bereits verbuchen? Was tun Sie für wen, mit wem und warum? Was bei der Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit zu beachten ist, zeigen wir Ihnen im folgenden Kapitel.

e

on



Touren
wandern

6.1. Markt- und zielgruppenorientierte Gästeansprache

Immer mehr Gäste wünschen sich auch im Urlaub oder im Rahmen einer Geschäftsreise nachhaltiger zu reisen, möchten jedoch nicht auf die gewohnten Inhalte und Annehmlichkeiten verzichten. Denn nur ein kleiner Teil schaut sich in erster Linie nach nachhaltigen Angeboten um. Eine saubere Unterkunft, gutes Essen, attraktive Freizeitaktivitäten und ein freundlicher Service bleiben auch weiterhin grundlegend für die Auswahl des Reiseziels. Wer dann jedoch mit nachhaltigem Engagement punkten kann, setzt sich von den Mitbewerbern ab, denn die Reisenden würden sich bei vergleichbaren Angeboten häufig für das nachhaltigere entscheiden. Warum auch nicht, wenn man so ganz nebenbei etwas Gutes tun kann.

Gäste, die sich für einen Urlaub in Sachsen interessieren, haben eine besonders positive Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen – und knüpfen entsprechend hohe Erwartungen an Urlaubsziel und Qualität der Angebote. Sie wünschen sich vor allem Tipps für authentische Erlebnisse, vor Ort produzierte Souvenirs, attraktive Mobilitätsangebote, einen Bezug zur regionalen Kultur und Traditionen sowie die Kennzeichnung von besonders nachhaltigen Angeboten (FUR 2020).

Umso wichtiger ist es, die eigenen Bemühungen für mehr Fairness und Umweltschutz transparent in Kommunikation und Vermarktung darzustellen – aber bitte ohne Greenwashing! Jede „grüne“ Werbeaussage muss den Wahrheitsgrundsatz respektieren. Übertreibungen und unzutreffende Darstellungen sind Täuschung.

Jede (potenzielle) Gästegruppe hat ihren eigenen Zugang zum Thema Nachhaltigkeit. Gäste, die sich sowohl im Alltag als auch im Urlaub aus Überzeugung möglichst nachhaltig verhalten möchten, begeistern Sie mit einer ganzheitlichen und authentischen Kommunikation zu den in Ihrem Unternehmen gelebten Werten. Reisende, die kein derart ausgeprägtes Bewusstsein für ökologische oder soziale Themen zeigen, überzeugen Sie eher mit Angeboten, die einen persönlichen Nutzen bieten. Geschmackvolle und gesunde Zutaten, authentische Erlebnisse oder die regionale Herkunft können punkten. Statt dem erhobenen Zeigefinger macht eine genussorientierte und sympathische Gästeansprache Lust, sich dem Thema zu nähern.



 Mehr Infos

Marktforschung, Studien und Zielgruppen:
sachsen.tourismusnetzwerk.info

Werfen wir einen Blick auf die Zielgruppen in Sachsen!



POSTMATERIELLES MILIEU*

Engagierte Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln

- » **Charakteristika:**
Fokus auf Selbstverwirklichung, Nachhaltigkeit, Weltoffenheit, Toleranz und Gerechtigkeit; kritisch, selbstbestimmt, kultur- und genussinteressiert
- » **Kommunikationsansatz für das Thema Nachhaltigkeit:**
Anspruchsvolle, niveauvolle, authentische Kommunikation, fundierte Hintergrundinformationen, anspruchsvolle Ästhetik
- » **Marketingstrategie für das Thema Nachhaltigkeit:** Angebote sollten kulturelle, künstlerische und nachhaltige Aspekte vereinen; Einbeziehung von regionalen, naturverbundenen, nachhaltigen und ethischen Elementen in das Angebot; digitale Ansprache über soziale Medien und Apps



Dos: Umweltfreundliche Praktiken, ethische Werte und ein hoher Grad an Authentizität und Individualität in der Ansprache



Don'ts: Greenwashing, Einschränkungen und Verzichtskommunikation



ADAPTIV-PRAGMATISCHE MITTE*

Der moderne Mainstream

- » **Charakteristika:**
Leistungsbereite, spaß- und familienorientierte Mittelschicht; pragmatisch, flexibel, sicherheitsorientiert; schätzt Effizienz, Qualität und Funktionalität
- » **Kommunikationsansatz für das Thema Nachhaltigkeit:**
Klare, einfache, direkte, zuverlässige Kommunikation
- » **Marketingstrategie für das Thema Nachhaltigkeit:** Fokus auf Spaß, persönlichen Vorteil und praktischen Nutzen (z. B. Gesundheit, Geschmack, Authentizität, Zeitersparnis); klare, verlässliche Kommunikation und Bereitstellung von flexiblen, leicht zugänglichen und komfortablen Angeboten; starke digitale Präsenz und Nutzung sozialer Medien



Dos: Praktische Aspekte, Lösungen für Herausforderungen und das Herausstellen des persönlichen Vorteils durch nachhaltiges Handeln



Don'ts: Umständliche Erklärungen, Einschränkungen und höhere Preise

* Sinus-Milieus: Menschen mit ähnlicher Grundorientierung, Mentalität, Werten, Konsum, Lebensstil, Geschmack, Wohnumfeld etc.

übrigens...

- » 80 % der Reisenden weltweit halten nachhaltiges Reisen für wichtig, jedoch finden 51 %, dass es bislang nicht genügend nachhaltige Reiseangebote gibt (Booking.com 2023).
- » Obwohl Nachhaltigkeit als wichtiges Thema angesehen wird, besteht eine Lücke zwischen Absicht und tatsächlichem Verhalten (Intention-Behavior-Gap).
- » Besonders ausschlaggebend sind Nachhaltigkeitsaspekte für zukünftige Generationen. Für 27 % der unter 30-Jährigen sind Nachhaltigkeitsaspekte wesentlich bei der Entscheidung für Kurzurlaubsreisen bei sonst gleichwertigen Angeboten (FUR 2023).
- » Kommunikation und Transparenz sind entscheidend. Die Hälfte der Reisenden geben an, höhere Preise für nachhaltige Mobilitätsoptionen, Aktivitäten oder Unterkunft zu akzeptieren, wenn das Geld für Umwelt und höhere Löhne eingesetzt wird (Expedia 2023).

6.2. Transparenz und Glaubwürdigkeit

Wie sollen Gäste oder Mitarbeitende von unserem ökologischen und sozialen Engagement erfahren, wenn wir nicht darüber sprechen? Richtig, genau da sind wir beim Punkt. Wenn sich Ihr Betrieb nachhaltig engagiert, dürfen Sie ruhig stolz sein und darüber berichten! Ehrliches Marketing und authentische Kommunikation zeigen die Verantwortung, die Sie gegenüber der Umwelt und Ihren Mitmenschen übernehmen. Sie stärken Vertrauen und Bindung zu den Gästen. Intern motivieren Sie Mitarbeitende, schärfen Ihre Zukunftsvision und stärken Ihre Unternehmenskultur.

Emotionales Storytelling statt stupider Aufzählung: Indem Sie offen und ehrlich, beispielsweise über Ihre Lieferanten, besondere Tätigkeiten mit Ihrem Team oder Naturschutzaktionen, berichten, bauen Sie eine echte Verbindung zu Ihren Gästen auf. Menschen einzubinden, die die Gäste dann sogar treffen können, schafft Vertrauen. Bilder, Videos und virtuelle Touren machen Geschichten lebendiger. Das, was Sie vermitteln, muss natürlich immer mit dem Erlebnis vor Ort übereinstimmen.

Zeigen Sie, was Ihnen wichtig ist und berichten Sie glaubwürdig über Ihre kleinen und großen Fortschritte. Sollten Sie sich erst einmal für einzelne Maßnahmen (z. B. den Einsatz regionaler Produkte) entscheiden, berichten Sie über Ihre Aktivitäten in diesem Bereich (z. B. Güte und Herkunft der Speisen). Vermeiden Sie jedoch allgemeine Behauptungen, wie „umweltfreundlich zu agieren“. Schnell kommt man sonst in den Verdacht, seinem Unternehmen ein grünes Mäntelchen überziehen. Einen größeren Aufschlag können Sie wagen, wenn Ihr Unternehmen in allen Bereichen nachhaltig ausgerichtet ist. Dann empfiehlt sich auch eine externe Zertifizierung mit einem unabhängigen Umweltmanagement- oder Nachhaltigkeitslabel, um Ihr umfangreiches Engagement zu belegen.

Gehen Sie auch mit eventuellen Herausforderungen offen um. Wenn die Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zwei Stunden länger dauert, sollte auch das kommuniziert werden. Dafür gibt es bei der Bahnreise Zeit zum Lesen und entspannte Ausblicke gratis dazu. Transparente Informationen zu Mehrwerten, aber auch Herausforderungen, geben Gästen die Möglichkeit, ihre eigene – und im besten Fall nachhaltigere – Wahl zu treffen.

Vor, während und nach der Reise haben Sie zahlreiche Kontaktpunkte mit Ihren Gästen. Nutzen Sie verschiedene Medien (online und offline) sowie den direkten Kontakt, um in den Austausch mit Ihren Gästen zu kommen und weisen Sie dabei gern immer wieder auf nachhaltigere, weil regionale, faire oder umweltschonende Alternativen hin.

übrigens...

Klar und direkt: Tourismusunternehmen müssen echt und offen sein – auch wenn's um Nachhaltigkeit geht. Warum? Weil Gäste immer mehr dazu wissen wollen. Mit der Green Claims Directive wird das Ganze in Zukunft noch ein Tick ernster – keine falschen Versprechen mehr! Die Richtlinie auf EU-Ebene zielt darauf ab, mit Greenwashing aufzuräumen und soll bald für Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten und einem Umsatz von 2 Mio. Euro und mehr gelten. Künftig müssen Tourismusunternehmen im Falle von Werbung zu Nachhaltigkeit beweisen, dass die Angaben auch Hand und Fuß haben. Keine heiße Luft mehr, nur harte Fakten. Im Klartext: Ehrlich sein zahlt sich aus – und zwar mehr denn je.

Good Practice

AUF DEN PUNKT GEBRACHT - NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IM HINTERLAND HOSTEL

Inmitten des schönen Elbtals lassen Christoph Hubrich und das Team des Hinterland Hostels klugen Worten auch nachhaltige Taten folgen. Auf dem Gelände eines ehemaligen Bauernhofes können Gäste entspannen, genießen und obendrein erleben, wie Nachhaltigkeit vom Betreiber und seinem Team gelebt wird. Über seine Werte, sein Engagement für Natur und Umwelt, seine Erfolge, aber auch Stolpersteine berichtet das Hinterland Hostel ehrlich, transparent und unterhaltsam auf der eigenen Website. Das offene Bekenntnis für einen sozial- und umweltverträglichen Tourismus soll auch andere zur Nachahmung inspirieren. Sympathisch und ohne erhobenen Zeigefinger kann man hier nicht nur Tipps für ein möglichst nachhaltiges Urlaubserlebnis, sondern auch für Zuhause mitnehmen.

www.hinterland-hostel.de



 Mehr Infos

Leitfaden Green Claims im Tourismus
der Österreich Werbung:

www.austriatourism.com

Checkliste

PACKEN WIR'S AN

- Transparente Information über Handeln (z. B. Nutzung von Ökostrom, eigene Solaranlage), Erfolge (z. B. erreichte Minderung des Energie- und Wasserverbrauchs etc.) sowie Herausforderungen bzw. Hindernisse (z. B. fehlende lokale Partner)
- Kommunikation online (Webseite, Facebook, etc.) und offline (Broschüren, Gästemappe, Rezeption, am Buffet etc.)
- Förderung eines nachhaltigen Gästeverhaltens durch gezielte Information (z. B. ÖPNV-Anreise, Handtuchwechsel-Optionen etc.)
- Minimierung von Print-Werbung und Fokus auf digitale Kanäle mit Download-Option von Broschüren und Co.
- im Falle von Print: Präferenz von lokalen Papierherstellern, Recyclingpapier, „Blauer Engel“-zertifiziertem Papier, schadstoff- und erdölfreien Druckerfarben etc.
- Email statt Brief: Versand von Informationen, Rechnungen, Buchungsbestätigungen, Einladungen digital statt per Post
- Verwendung komprimierter Bilder auf Online-Kanälen zur Minimierung von Ladezeiten und zur Schonung der Rechenleistung
- Einsatz nachhaltiger Werbematerialien (d. h. nützliche, langlebige, regionale, wiederverwendbare oder -verwertbare und hochwertige sowie auf die Zielgruppe zugeschnittene Giveaways – vielleicht sogar eine Baumpatenschaft für den selbst gepflanzten Baum)
- Gestaltung zielgerichteter, personalisierter Kampagnen anstatt Streuwerbung
- Vorstellung der Lieferanten, ihrer Produkte und Geschichten



MEHR GEHT IMMER

- Erstellung eines Nachhaltigkeitsleitbildes und dessen Kommunikation gegenüber Gästen, Partnern und Lieferanten
- Durchführung spezieller Events für Gäste und Mitarbeitende zum Thema Nachhaltigkeit (z. B. Führung hinter die Kulissen, Weltumwelttag, Besuch von Lieferanten etc.)
- Aktive Kommunikation von Nachhaltigkeitszertifikaten und Qualitätssiegeln
- Belohnung von nachhaltigem Verhalten der Gäste (z. B. Getränkegutschein bei Verzicht auf Zimmerreinigung)
- Hinweis auf Nachhaltigkeit und Unternehmenswerte in Stellenausschreibungen
- Einbindung von Gästestimmen: Erfahrungen und Geschichten von früheren Gästen zu Themen der Nachhaltigkeit zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit
- Einsatz energieeffizienter Technologien (z. B. in Deutschland ansässige und datenschutzkonforme Cloud-Dienste und Server)
- Grünes Hosting der Webseite (z. B. Anbieter, der erneuerbare Energien verwendet)

Was für ein schönes Feedback eines Gastes! So könnte es aussehen:

„Unser Urlaub auf Ihrem gemütlichen Weingut war von Anfang bis Ende ein tolles Erlebnis! Bereits bei der Buchung der Bahntickets freute ich mich auf die schönen Ausblicke auf Landschaften und Ortschaften. Ich finde es ohnehin so viel entspannter im Zug zu sitzen, zu lesen, zu schlafen und herumzulaufen, als sich über andere Autofahrer zu ärgern oder im Stau zu stehen! Und dann holte uns der Gastgeber auch noch vom Bahnhof ab – was für ein Service.“



Die Pension, die wir für sechs Nächte gebucht hatten, empfing uns mit offenen Armen und einem köstlichen Apfelsaft aus der Region. Schon beim Betreten fühlten wir uns willkommen, umsorgt von einer Mitarbeiterin, die sich die Zeit nahm, uns mit wertvollen Tipps zu versorgen. Ihr Rat, die Frauenkirche lieber am Abend zu besuchen, um dem Trubel zu entgehen, war Gold wert.

Unser Zimmer, eine Oase aus Second Hand Möbeln und regionalem Holz, strahlte Gemütlichkeit aus. Ich meine, wer hätte gedacht, dass recycelte Materialien so stilvoll sein können? Bei einer kleinen Führung durchs Haus haben wir Wind davon bekommen, wie historisch und kulturell verwurzelt unsere Pension ist und wie effizient hier Ressourcen genutzt werden: Während des Vormittags zum Beispiel, wenn wir unsere Ausflüge starteten, liefen die energieintensiven Maschinen auf Hochtouren – das leckere Sorbet-Eis wurde für das Dessert abends hergestellt und die Wäscherei lief rund, um den selbst produzierten Strom optimal zu nutzen. Das ist doch mal smart!

Nach einer Wanderung durch die Weinberge freuten wir uns auf das Essen! Das kam direkt aus dem Garten der Pension und von den Bayern aus dem Nachbarort. Apropos lokale Bayern – der Dorfladen nebenan war der Hit und so hatten wir unsere Mitbringsel gleich beisammen! Die Qualität hat natürlich gestimmt, dazu noch die superfreundliche Bedienung mit Blick fürs Detail und Service – am Ende haben wir mehr ausgegeben als wir eigentlich vorhatten, aber es war jeden Euro wert!

Was mich wirklich berührt hat, war die Leichtigkeit, mit der unsere besonderen Bedürfnisse berücksichtigt wurden. Wegen einer Fußverletzung meines Mannes waren wir nicht ganz so mobil wie sonst – und hatten dennoch den Eindruck, kein Angebot missen zu müssen! Danke hier nochmal für die tolle Beratung, die guten Tipps und den Rufservice vom Gastgeber.

Jetzt, zurück im Alltag, träume ich immer noch von Sachsen. Von den herzlichen Menschen, den herrlichen Landschaften und dem Gefühl, dass nachhaltigeres Reisen wirklich einen Unterschied für alle macht! Eines ist sicher: Wir kommen wieder!⁴

Impressum

Herausgeber

TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH
Bautzner Straße 45-47 · 01099 Dresden
Telefon +49 351 49170-0 · info@sachsen-tour.de
www.sachsen-tourismus.de

 www.facebook.com/SachsenTourismus
 www.instagram.com/saxonytourism
 www.youtube.com/user/SachsenTourismus
 www.pinterest.de/sachsen_tourismus
 www.linkedin.com/company/tmgs-tourismus-marketing-gesellschaft-sachsen-mbh

Konzept, Text und Redaktion

Franziska Kramer | plant values – Beratung für Nachhaltigkeit
Dresden | www.plant-values.de
Vivien Kresse | Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH
Yvonne Bethage | Sächsisches Staatsministerium
für Wissenschaft, Kultur und Tourismus

Gestaltung und Satz

CROMATICS GmbH | Dresden | www.cromatics.de

Druck

Evers-Druck GmbH | Meldorf | www.eversfrank.com

Auflage: 2.000 Stück

Stand: Februar 2024



Hinweise: Alle Informationen wurden mit größtmöglicher Sorgfalt recherchiert. Die Empfehlungen erheben jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die bereitgestellten Informationen und für Schäden, die sich aufgrund geänderter Bedingungen ergeben.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Bildnachweise

Titelbild: TMGS/Czech Vibes, Seite 2: DMG/CARISO – Carina Sonntag (links), DMG/Sven Döring (rechts), Seite 3: Philipp Herfort Photography, Seite 5: TMGS/Czech Vibes, Seite 6/7: Obermühle Görlitz/Pawel Sosnowski, Seite 9: Bilderberg Bellevue Hotel Dresden/Crispin-Iven Mokry, Seite 10: Hotel König Albert/bilderzeugs.de, Seite 11: Logos von BIO HOTELS/be-oh Marketing GmbH, Certified Green Hotel/Certified Das Kundenzertifikat GmbH & Co. KG, DEHOGA Umweltcheck/Deutscher Hotel und Gaststättenverband e.V., Ecocamping/ECOCAMPING Service GmbH, EMAS/UGA – Umweltgutachterausschuss, EU Ecolabel/RAL gGmbH, Green Globe/Green Globe Certification, Green Key/Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung e.V., GreenSign/GreenSign Institut GmbH, ÖKOPROFIT/Landeshauptstadt München, TourCert/TourCert gGmbH, Viabono/Viabono GmbH, Seite 12: iStock/Zerbor, Seite 13: iStock/fizkes, Seite 14: Obermühle Görlitz/Pawel Sosnowski, Seite 18/19: DMG/CARISO – Carina Sonntag, Seite 22: Adobe Stock/Kuzmick, Seite 23: iStock/SolStock, Seite 27: iStock/Jeremy Poland, Seite 28: Albergo GmbH/Marko Döring (oben), Albergo GmbH/Torsten Rogge (unten), Seite 31: Czech Vibes, Seite 32/33: DMG/CARISO – Carina Sonntag, Seite 35: Ellidus Resort GmbH, Seite 36: TMGS/Katja Fouad-Vollmer (links), Obermühle Görlitz/Pawel Sosnowski (rechts), Seite 37: Altsächsischer Gasthof Kleines Vorwerk/Sandi Wermes, Seite 39: TVSSW/Florian Trykowski (oben), Eaternity Institut (unten), Seite 40: Albergo GmbH/Marko Döring, Seite 41: TRIXI-Park GmbH, Seite 42: KELL Kommunalentsorgung Landkreis Leipzig GmbH (oben), MGO/Christoph Partsch (unten), Seite 45: TRIXI-Park GmbH, Seite 46/47: DMG/Sven Döring, Seite 48: SHBV/Katja Fouad-Vollmer, Seite 50: Nordsee Kollektiv GmbH/Mobby, Seite 51: iStock/Hiraman, Seite 52: DMG/Karl Krause & Daan Colijn, Seite 53: BBW-Leipzig-Gruppe, Seite 54: TMGS/Silvio Dittrich, Seite 56/57: TMGS/freiheitswerke/Fotoagentur Wolf, Seite 58: LTM/Dirk Brzoska, Seite 59: Weingut Schuh/Tobias Ebert, Seite 60/61: MGO/Christoph Partsch, Seite 62: TMGS/Czech Vibes, Seite 63: TMGS, Seite 65: Hinterland Hostel/Christoph Hubrich, Seite 66: TMGS/Czech Vibes, Umschlagseite: TMGS/Czech Vibes

Wir bedanken uns bei allen Partnern, Betrieben und Organisationen für die Bereitstellung des Fotomaterials!



Diese Maßnahme wird mitfinanziert durch
Steuermittel auf der Grundlage des von Abgeordneten
des Sächsischen Landtags beschlossenen Haushalts.



Informationen auf einen Blick

Fachwissen, Checklisten, Termine und Good Practices zum Thema Nachhaltigkeit im sächsischen Tourismus:

🔗 sachsen.tourismusnetzwerk.info



scan mich!

Die wichtigsten Ansprechpartner:

TMGS Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH
Vivien Kresse
Bautzner Straße 45-47
01099 Dresden
+49 351 4917044
kresse.tmgs@sachsen-tour.de
www.sachsen-tourismus.de

Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus
Wigardstraße 17
01097 Dresden
+49 351 5640
referat53@smwk.sachsen.de
www.smwk.sachsen.de

Landestourismusverband Sachsen e.V.
Messering 8 - Haus F
01067 Dresden
+49 351 491910
info@ltv-sachsen.de
www.ltv-sachsen.de

DEHOGA Hotel- und Gaststättenverband Sachsen e.V.
Tharandter Straße 5
01159 Dresden
+49 351 4289510
info@dehoga-sachsen.de
www.dehoga-sachsen.de

IHK Chemnitz
Straße der Nationen 25
09111 Chemnitz
+49 371 69000
chemnitz@chemnitz.ihk.de
www.ihk.de/chemnitz

IHK Dresden
Langer Weg 4
01239 Dresden
+49 351 28020
service@dresden.ihk.de
www.ihk.de/dresden

IHK zu Leipzig
Goedelerring 5
04109 Leipzig
+49 341 12670
info@leipzig.ihk.de
www.leipzig.ihk.de

Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.
Bahnhofstr. 21
01796 Pirna
+49 3501 470147
info@saechsische-schweiz.de
www.saechsische-schweiz.de

Tourismusverband Vogtland e.V.
Göltzschtalstraße 16
08209 Auerbach/Vogtl.
+49 3744 188860
info@vogtland-tourismus.de
www.vogtland-tourismus.de

Tourismusverband Erzgebirge e.V.
Adam Ries-Straße 16
09456 Annaberg-Buchholz
+49 3733 188000
info@erzgebirge-tourismus.de
www.erzgebirge-tourismus.de

Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH
Humboldtstr. 25, 02625 Bautzen
+49 3591 48770
info@oberlausitz.com
www.oberlausitz.com

Leipzig Tourismus und Marketing GmbH
Augustusplatz 9
04109 Leipzig
+49 341 7104260
info@ltm-leipzig.de
www.leipzig.travel

Tourismusverband LEIPZIG REGION e. V.
Niedermarkt 1
04736 Waldheim
info@regionleipzig.de
www.regionleipzig.de

Dresden Marketing GmbH
Messering 7
01067 Dresden
+49 351 501730
info@marketing.dresden.de
www.marketing.dresden.de

Tourismusverband Elbland Dresden e.V.
Dresdner Straße 7
01662 Meißen
+49 3521 76350
info@elbland.de
www.dresden-elbland.de

Chemnitzer Tourismus und Marketing GmbH
Innere Klosterstraße 6-8
09111 Chemnitz
+49 371 3660200
office@ctm-chemnitz.de
www.ctm-chemnitz.de

Tourismusverband Chemnitz Zwickau Region e. V.
Innere Klosterstraße 6-8
09111 Chemnitz
+49 371 6461410
info@chemnitz-zwickau-region.de
www.chemnitz-zwickau-region.de