



KLIMASCHUTZ IM TOURISMUS
Praxistipps für Betriebe



>> Je mehr unterschiedliche, attraktive und nachhaltige Angebote es gibt, desto wahrscheinlicher ist es, dass mehr Menschen auch nachhaltig reisen.

Reiseanalyse 2023,
Forschungsgemeinschaft
Urlaub und Reisen e.V.

Deutschland soll bis 2045 klimaneutral werden. Dabei geht es gar nicht so sehr um den Umweltschutz, sondern vielmehr um die Bewahrung unserer eigenen Lebensgrundlagen. Eine umweltfreundliche Geschäftsstrategie kann zudem Kosten reduzieren, die dann an anderer Stelle für sinnvolle Investitionen zur Verfügung stehen. Egal, ob in Ihrem Arbeitsalltag hauptsächlich Bürotätigkeiten anfallen, ob die Bewirtung von Gästen oder das Anbieten von Unterkünften im Vordergrund steht – überall finden sich Ansatzpunkte, auch mit einfachen Maßnahmen Natur und Umwelt zu schonen. Die Devise lautet dabei: auch viele kleine Schritte können schon eine große Wirkung haben.

Wir haben eine Reihe von Tipps und Maßnahmen zusammengestellt, die sich schnell und einfach umsetzen lassen. Darüber hinaus finden Sie in der Broschüre auch einige Ideen für mittel- und langfristige Möglichkeiten, um klimafreundlicher zu wirtschaften. Zusätzlich werden diese mit guten Beispielen aus der Region ergänzt.

Vorteile für Ihren Betrieb und die Region auf einen Blick:

- Einsparung von Kosten für Energie- und Wasserverbrauch
- Klare Positionierung Ihres Betriebes
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität der Gäste
- Ansprache und Gewinnung von neuen Kundengruppen
- Stärkung der regionalen Wirtschaft durch Einsatz von lokalen Produkten und Dienstleistungen
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen/-abläufe für Ihre Mitarbeiter
- Steigendem Nachhaltigkeitsbewusstsein der Bevölkerung entgegenkommen
- Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern am Markt
- Zukunftsfähigkeit des Betriebes sichern

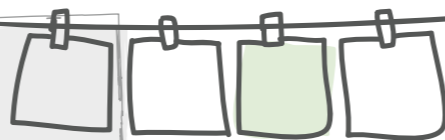
IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG:

Damit wir den Leitfaden weiterentwickeln und anpassen können, sind wir auf Ihre Rückmeldung angewiesen:

▪ info@tourismus-uckermark.de

- Was fehlt Ihnen an Informationen?
- Welche Tipps und Maßnahmen sind nicht hilfreich?
- Was finden Sie gut?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!



Kontakt:
tmu Tourismus Marketing
Uckermark GmbH
Nachhaltigkeitsbeauftragte
Silke Rumpelt
Stettiner Straße 19
17291 Prenzlau
Tel.: 03984 835883
info@tourismus-uckermark.de

INHALT

Klimaschutzmanagement	4
Papierverbrauch	5
Internet, E-Mails & Co.	6
Stromversorgung	9
Wärmeversorgung & Hitzeschutz	11
Wasserversorgung & Reinigungsmittel	12
Abfallwirtschaft	14
Nachhaltigere Gastronomie & regionale Produkte	17
Mobil im ländlichen Raum	20
Kommunikation „Tue Gutes und sprich darüber“	22
Zertifizierungen im Tourismus	24
Netzwerk Ferien fürs Klima	26
Weiterführende Informationen	27

BÄUME FÜR DIE UCKERMARK

VIELFÄLTIGE, GESUNDE WÄLDER FÜR DIE ZUKUNFT

Die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH hat auf Initiative der Partner aus dem Netzwerk „Ferien fürs Klima“ zusammen mit den Stadtförstern in der Uckermark die Aktion „Bäume für die Uckermark“ ins Leben gerufen. Zusammen mit den Stadtförstern pflanzen wir junge Bäume in bestehende Wälder, um die Artenvielfalt zu erhöhen und den Wald fit für die Zukunft zu machen.

Insbesondere Gastgeber können die Baumpflanzaktion unterstützen und ihre Gäste darauf aufmerksam machen. Für Uckermärker selbst stellt die Aktion eine schöne Idee für ein individuelles Geschenk zur Geburt, zum Geburtstag oder einem anderen Jubiläum dar. Dafür stellen wir eine Vorlage zum Selbstaussdruck für Tischaufsteller und als Aushang zur Verfügung. Außerdem können bei der tmu kostenfrei Postkarten als Auslage für die Aktion bestellt werden.

TIPP: Packen Sie bei der nächsten Baumpflanzung zusammen mit Ihren Gästen an und setzen ein Zeichen für die Natur und unsere Zukunft.

Weitere Informationen unter:
www.tourismus-uckermark.de/baume



KLIMASCHUTZMANAGEMENT



Der Tourismus ist wie kaum ein anderer Wirtschaftszweig auf eine intakte Natur angewiesen. Diese ist durch den Klimawandel und Umwelteinflüsse des Menschen immer mehr beeinträchtigt. Dabei trägt auch der Tourismus selbst zur Gefährdung seiner eigenen Geschäftsgrundlage bei. Der Tourismus steht daher vor der Aufgabe, einen Beitrag zu Klimaschutz und -anpassung zu leisten.

Ein ganzheitliches Klimaschutzmanagement bildet das Fundament für (touristische) Betriebe, die ihre Strategie an klimarelevanten Themen ausrichten möchten bzw. zukünftig müssen. Im Rahmen des Klimamanagements definieren Sie die für Ihren Betrieb spezifische strategische Herangehensweise und die Einbettung von Einzelmaßnahmen in ein Gesamtkonzept, dabei geht es sowohl um klassischen Klimaschutz (z. B. Einsparung von Energie und Ressourcen) als auch Klimaanpassung (z. B. Schattenplätze, Trinkbrunnen, Vorsorge für Extremwetterereignisse, eigene Stromerzeugung durch erneuerbare Energien).

Zunächst gilt es, sich einen Überblick und eine Bestandsanalyse zu den relevanten Handlungsfeldern im eigenen Betrieb zu verschaffen.

Vorbereitende Überlegungen

- Welche Klimathemen sind für Ihren Betrieb und den Tourismus in der Uckermark besonders wichtig?
- In welchen Bereichen ist das Thema Klimaschutz und -anpassung in Ihrem Betrieb relevant?
- Wo sehen Sie die größten Handlungsmöglichkeiten in Ihrem Betrieb? Machen Sie eine Bestandsanalyse über Ihre Verbräuche (Papier, Wasser, Strom, Mobilitätsverhalten von Gästen und Mitarbeitern, etc.) in den verschiedenen Teilbereichen im Betrieb.
- Welche Maßnahmen können Sie kurz-, mittel- oder langfristig in Ihrem Betrieb umsetzen?

Ein Klimaschutz-Coaching für Unternehmen bietet zum Beispiel die IHK Ostbrandenburg in Zusammenarbeit mit dem Unternehmensnetzwerk Klimaschutz an. Die Beratung verhilft Unternehmen zu mehr Klarheit, welche Prozesse im Unternehmen im Hinblick auf mehr Nachhaltigkeit und Klimaschutz optimiert werden können und wo diese Hilfe zur Umsetzung bekommen können. Außerdem werden regelmäßig verschiedene Veranstaltungen im Bereich des betrieblichen Klimaschutzes angeboten.



MEHR INFOS:

www.klima-plattform.de



Klima-Guide

Interaktive IHK-Datenbank für betrieblichen Klimaschutz vereint Nachschlagewerk, Maßnahmenplanung und Einsparungstracking

- www.klima-plattform.de/klimaguide

Trotz Digitalisierung ist der Papierverbrauch in Deutschland in den letzten Jahren nicht merklich gesunken. In Deutschland rangiert die Papierindustrie beim Energieverbrauch an dritter Stelle nach der Metallherzeugung und der chemischen Industrie. Zur Herstellung einer Tonne Primärfaserpapier wird etwa so viel Energie benötigt wie zur Produktion einer Tonne Stahl.

PAPIERVERBRAUCH REDUZIEREN – BEISPIELMASSNAHMEN

- Unnötige Ausdrücke vermeiden (digitale Ablage, „papierloses Büro“)
- Rechnungen & andere Unterlagen per E-Mail versenden
- Jedes Papier hat zwei Seiten: Nutzen Sie beide beim Kopieren, Drucken und Schreiben. Fehldrucke als Schmierpapier oder Notizzettel nutzen
- Prospekte & Flyer als PDF-Dokument zum Download auf der eigenen Internetseite bereitstellen
- Verpackungsmaterial aus Pappe/Karton reduzieren bzw. wiederverwenden
- Digitaler Check-In, digitaler Rechnungsversand & Restaurantbelege

Reduzieren Sie Ihren Papierverbrauch im Unternehmen! Entscheiden Sie sich bewusst für 100 % Recyclingfaser – bei Druckerzeugnissen sowie Büro- und Hygienepapier! Gegenüber Primärfaserpapier spart Recyclingpapier bis zu 60 % Energie und bis zu 70 % Wasser, verursacht deutlich weniger CO₂, verringert Abfall und Emissionen und schont unsere Wälder.



PAPIERGEWICHTSRECHNER:
www.papiernetz.de/informationen/nachhaltigkeitsrechner

BEZUGSADRESSEN VON UMWELTFREUNDLICHEN MATERIALIEN

- www.memo.de (für Geschäftskunden) – umfangreiches Angebot nachhaltiger Produkte
- www.mercateo.com (für Geschäftskunden) – Suchbegriff „Recyclingpapier“ eingeben
- www.memolife.de (für Privatkunden)
- www.hygi.de (Hygienepapiere auch als Palettengröße verfügbar), www.goldeimer.de – gemeinnütziges Unternehmen in Verantwortungseigentum, setzt sich für nachhaltige Sanitärwende und gesicherte Sanitärversorgung für alle ein (Hygienepapiere auch als Palettengröße verfügbar)
- www.direktrecycling.de/Deutschland – umweglose Aufbereitung von Altpapieren (Plakate, Industrierpapiere) zu neuen Produkten wie Briefumschläge, Kalender etc.
- www.papair.de – Luftpolsterfolie aus Papier



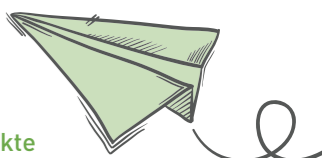
REGIONAL ERZEUGTES RECYCLINGPAPIER AUS SCHWEDT/ODER

Die Firma LEIPA fokussiert sich auf regionale Altpapierverfügbarkeiten, so nah wie möglich zum Standort Schwedt/Oder. Die Region lebt damit eine Kreislaufwirtschaft vor, bei dem der Rohstoff für das Papier aus der Region stammt, in ihr zu neuem Papier verarbeitet und in den gleichen regionalen Markt zurückgegeben wird.



MEHR INFOS:

Ausführliche Erläuterungen zu Labels für Papierprodukte gibt es bei der Verbraucherzentrale.
www.verbraucherzentrale.de (Suchbegriff: Papierlabels)



UMWELTFREUNDLICHER DRUCK

- 100 % Recyclingpapier nutzen
- klimaneutral Drucken, z.B. mit ClimatePartner, unvermeidbare Emissionen ausgleichen
- Logos, Grafiken u.ä. mit geringem Farbanteil verwenden, damit das Papier besser recyclebar ist.



INTERNET, E-MAILS & CO.

Wäre das Internet ein Staat, käme es auf Platz drei in Sachen Energieverbrauch. Die gesamte Informations- und Kommunikationstechnik, also auch persönliche Geräte wie Smartphones, PCs und sogar Smart-Fernseher, Rechenzentren und Verteilertechnik wie Mobilfunknetze, sind jetzt schon weltweit für zwei Prozent der CO₂-Emissionen verantwortlich. In der Klimabilanz liegen sie gleichauf mit Flugbenzin. Jeder Klick verursacht CO₂-Emissionen. Die Frage „Ist Surfen das neue Fliegen?“ ist demnach nicht unberechtigt.

Eine Google-Suchanfrage erzeugt 0,2 g CO₂. 20 mal gegogelt, hat man in etwa soviel Energie verbraucht wie eine Energiesparlampe in einer Stunde. Eine Stunde Streamen verbraucht so viel Energie wie eine zwölf Kilometer Autofahrt. Jede versendete E-Mail verursacht 10g CO₂ – das ist die Klimabilanz einer Plastiktüte.



MEHR INFOS:
www.oliverbrux.de/blog/wie-nachhaltig-ist-meine-website



GRÜNES INTERNET – BEISPIELMASSNAHMEN

- Energieeffiziente Hardware einsetzen, Laptops und Tablets benötigen weniger Strom als Desktop-Rechner
- Gebrauchte, generalüberholte Geräte verwenden, dies spart Energie und Rohstoffe gegenüber der Herstellung von Neugeräten
- Digitalen Ballast regelmäßig abwerfen: Löschen doppelter Informationen, verschwommener Fotos in der Cloud
- Regelmäßig E-Mails löschen, Papierkorb leeren
- Fotos in niedriger Auflösung verschicken, Links statt Anhänge versenden
- WLAN statt Mobilnetz: Die Übertragung über WLAN verbraucht nur ein Sechstel des Stroms im Vergleich zum 3G- oder 4G-Netz
- Für E-Mail-Konten oder Webauftritte sollte man Anbieter wählen, die Ökostrom nutzen, siehe Kapitel Stromversorgung (S. 9)
- Grüne Suchmaschinen, wie ecasia.org, nutzen
- Webseiten, deren Adresse man kennt, nicht in die Suchmaske eingeben, sondern direkt in den Browser
- Webseite stromsparend und mit schlankem Design gestalten, Bilder und Videos sparsam einsetzen. Mehr übertragene Daten (Bilder, CSS, JavaScript, etc.) und dafür benötigte HTTP Requests, bedeuten einen höheren Energieverbrauch. Verschiedene kostenlose Tools bieten die Möglichkeit, den CO₂-Verbrauch der eigenen Webseite zu messen: [DigitalBeacon](#), [WebsiteCarbon](#)



DURCH DIGITALISIERUNG RESSOURCEN EINSPAREN?

Es ist auch möglich durch die Digitalisierung und digitale Lösungen wie beispielsweise Smart-Room Technologien Ressourcen effizienzorientierter zu nutzen. Das digitale Ressourcenmanagement kann dabei helfen dauerhaft Energie und Strom zu sparen oder den Personalaufwand durch digitale Check-ins oder Gästemappen zu reduzieren. Immer mehr Gemeinden und der Bund unterstützen aktiv Hoteliers mit Fördergeldern für Digitalisierungsmaßnahmen.

DIGITALES RESSOURCENMANAGEMENT – BEISPIELMASSNAHMEN

- Heutzutage kann bereits die gesamte **Gebäudesteuerung** inklusive Schließ-, Klima-, Heizungs- und Belüftungsanlagen vernetzt und automatisch effizienzorientiert gesteuert werden. Die Möglichkeiten als Hotelier, seine Hotelzimmer in **Smart-Rooms** umzuwandeln, wird immer umfangreicher und gleichzeitig erschwinglicher. Viele Geräte und Systeme können auch relativ simpel und kostengünstig nachgerüstet werden.
- **Digitales Check-in und -out inklusive digitalem Meldeschein** haben den Vorteil, dass Wartezeiten an der Rezeption entfallen und die Gäste flexibel einchecken können. Zusätzlich kann der Meldeschein über das eigene Mobiltelefon oder alternativ über ein Tablet an der Rezeption ausgefüllt werden. Die digitalen Meldescheine werden automatisch als PDF gespeichert, dies spart Papier, Kosten und Zeit – ebenso entfällt die Lagerung der Papier-Meldescheine.
- **Mobile Schlüssel bzw. Digitale Türöffnungen** über das eigene Mobiltelefon ermöglichen insbesondere den Gästen eine höhere Flexibilität, da sie nicht an die Rezeptionszeiten gebunden sind, darüber hinaus können den Mitarbeitenden attraktivere Arbeitszeiten angeboten werden.

Die Zimmertür kann über eine PIN von den Gästen geöffnet werden.

- **Digitale Gästemappen per Mobiltelefon oder Tablet.** Neben dem langfristigen Vorteils der Zeitersparnis können alle relevanten Gastinformationen, spezielle Angebote wie das Bereitstellen von Buchungsmöglichkeiten für Zusatzleistungen oder Feedback-Fragebögen verschickt werden. Durch umfassende Informationen sowie Tipps zu häufig nachgefragten Freizeit- und Ausflugsmöglichkeiten in der Region ersparen Sie sich und Ihren Mitarbeitenden so manche Gästefragen und senken darüber hinaus den Papierverbrauch.

Anstelle einer extra App dienen **BYOD-Lösungen (Bring Your Own Devices)** mithilfe eines Links, welcher auf allen Endgeräten des Gastes abgerufen werden kann. Dieser kann im Vorfeld mit der Buchungsbestätigung an den Gast verschickt werden. Anbieter solcher digitalen Lösungen ist beispielsweise [straviv](http://straviv.com) by CODE-2ORDER oder [betterspace](http://betterspace.com).



MEHR INFOS:
Digital vs. analog in Hotels
www.betterspace360.com



MEHR INFOS:
Digitalisierung im Brandenburg Tourismus
www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/digitalisierung



Das Hotel mit Restaurant und Spa Haffhus in Ueckermünde hat ein einzigartiges Energiekonzept, seit 2018 ist es vom externen Stromnetz abgekoppelt und komplett autark. Die Digitalisierung stellt dabei ein nützliches Tool dar. Wie viel Energie verbraucht wird, kann live auf der Website verfolgt werden. Pro Tag sind dies 500 – 2000 kWh, welche gleichzeitig durch PV-Anlagen und Blockheizkraftwerke produziert werden. Das Haffhus zeigt, was möglich ist, wenn man „groß denkt“. Es werden persönliche Energie-Rundgänge und Führungen durch das Haus sowie Beratungsgespräche für Betriebe angeboten.
www.haffhus.de

DIGITALE GÄSTEMAPPE, HOTEL EICHWERDER TEMPLIN

In der Altstadt zwischen dem Stadthafen und Marktplatz von Templin liegt das Hotel Eichwerder, Inhaberin des familiengeführten Hotel garni mit 22 individuell gestalteten Gästezimmern und zwei Apartments ist seit 2019 Gabriele Förder-Hoff, die das Drei-Sterne-Haus als Quereinsteigerin übernommen hat. Viele Pläne setzte sie seitdem um, das Hotel sollte für Familien attraktiver werden, ebenso Aktivurlauber und Naturliebhaber ansprechen. Auch nachhaltiges Handeln wird im Hotel in verschiedenen Bereichen umgesetzt, dies zeigt sich beispielsweise beim Frühstück, dem Gast wird ein reichhaltiges Frühstücksbuffet mit vielen biozertifizierten und regionalen Köstlichkeiten angeboten. Regionale Partnerschaften sind Frau Förder-Hoff genauso wichtig wie der Verzicht auf unnötigen Müll, um die natürlichen Ressourcen der Umwelt zu bewahren. Einer der Gründe, wie es zu einer digitalen Gästemappe auf den Hotelzimmern kam.

▪ Warum haben Sie eine digitale Gästemappe eingeführt?
Gabriele Förder-Hoff: „Für mich sind die Gästemappen ein Baustein meiner Digitalisierungsstrategie.“

▪ Was bietet die digitale Gästemappe den Hotelgästen?
Gabriele Förder-Hoff: „Die digitalen Gästemappen enthalten alle Information, die der Gast für seinen Aufenthalt im Hotel und seine Aktivitäten in der Region benötigt. Er kann hierüber Zusatzleistungen wie Massagen oder Saunabesuch im Hotel buchen oder den Zimmerservice abbestellen und auch sonst mit der Rezeption chatten. Er bekommt über die digitale Gästemappe Tourenangebote für alle Bereiche des Aktivurlaubs (Rad-, Wander- und Wassertourismus) sowie Ausflugs-, Freizeit-, Kultur- und Restauranttips. Daneben kann er mit der Digitalen Gästemappe Postkarten versenden, online Tickets für Kulturveranstaltungen und Kinobesuche buchen oder Zeitung lesen.“

Die Gästemappen haben auch ein Bewertungstool, das heißt hier können die Gäste ein Feedback zu ihrem Aufenthalt bei uns abgeben und das wird dann automatisch in einem Portal ausgewertet.“

▪ Welcher Anbieter bzw. welche Software steckt hinter der Gästemappe?
Gabriele Förder-Hoff: „Bezüglich der Gästemappen kooperiere ich mit dem DEHOGA Partner betterspace. Die Gästemappen habe ich bereits 2019 in Auftrag gegeben und zwar unabhängig und vor Corona.“ Der Anbieter betterspace, liefert neben der Software betterguest auch das passende Ausgabemedium, ein leistungsstarkes In-Room-Tablet von Lenovo. Alternativ bietet der Anbieter auch Lösungen für eine webbasierte Hotel-App an.

▪ Wie arbeitsintensiv ist die Bereitstellung einer digitalen Gästemappe für das Hotel?
Gabriele Förder-Hoff: „Man muss schon ganz deutlich sagen, das ist

eine sehr teure und arbeitsintensive Investition. Die ganze Konzeption, alle Inhalte, alle Fotos, das Design – das zur Homepage und dem Gesamtauftritt des Hotels passt – kommen von mir. Das macht man nicht mal eben nebenher und die Firmen stellen nur die Software zur Verfügung, d. h. auch alle Änderungen wie Preise etc. müssen fortlaufend selbst eingepflegt und aktualisiert werden und man hat natürlich auch laufende Kosten, was die Lizenz betrifft.“

▪ Wie wird die digitale Gästemappe von den Gästen angenommen?
Gabriele Förder-Hoff: „Von den Gästen werden die Gästemappen gut angenommen, manche finden diese ganz toll.“



www.hoteleichwerder.de



STROMVERSORGUNG

Nicht jedes Unternehmen verfügt über das notwendige Kapital, sein gesamtes Haus auf einmal mit einer Wärmedämmung oder einer Photovoltaikanlage auszustatten. Aber auch mit vielen kleinen Einzelmaßnahmen können beim Energieverbrauch spürbare Einsparungen erzielt werden. In der Hotelpraxis zeigt sich, dass technische Lösungen oftmals mehr bewir-

ken, als Verhaltenshinweise für Gäste. Der Bezug von Ökostrom, ist relativ schnell und einfach umsetzbar. Neben den Pionieren wie Lichtblick, Elektrizitätswerke Schönau, Naturstrom und Green Planet Energy, bieten auch die Stadtwerke Prenzlau, Schwedt und Angermünde Ökostromtarife an.



MEHR INFOS:

Ökostromanbieter im Vergleich

- www.oekostrom-anbieter.info
- www.utopia.de/bestenlisten/die-besten-oekostrom-anbieter

STROMSPAREN – BEISPIELMASSNAHMEN

- Bei der Neuanschaffung von Geräten genau abwägen, ob sie notwendig sind insbesondere bei Heiz- und Kühlgeräten, da sie besonders viel und meist dauerhaft Strom verbrauchen
- Einsatz energieeffizienter Leuchtmittel (LED-Lampen), v. a. dort, wo Leuchten lange und häufig eingeschaltet werden
- Einsatz von Bewegungsmeldern bzw. Zeitschaltuhren zur Steuerung der Beleuchtungsdauer
- Einsatz energieeffizienter elektrischer und elektronischer Geräte, entsprechend des EU-Energielabels, z.B. bei Büro- und Kommunikationsgeräten (Drucker, Computer/Laptops, Leuchten) sowie Küchengeräten (Kühl- und Gefriergeräte, Geschirrspüler, Herde etc.)
Seit 2021 gibt es die Energieeffizienzklassen-Skala von A bis G, damit verlieren die „+“-Klassen ihre Gültigkeit. A und B sind demnach sehr gute Kategorien, C und D fallen noch in einen akzeptablen Bereich.
- Vermeidung des Stand-by-Betriebs elektrischer Geräte, z. B. durch Einsatz schaltbarer Mehrfachstecker oder automatische Stromabschaltung (PC, Drucker, TV, ...)
- Einsatz zeit- oder bewegungsgesteuerter Abschaltautomaten
- Automatische Stromkreisunterbrechungen, wenn Gäste das Zimmer abschließen
- Verminderung des Warmwasserverbrauchs, z. B. durch Begrenzung des Wasserdurchflusses oder eine verbrauchsgenaue Abrechnung des Warmwasserverbrauchs
- Wärmerückgewinnung der Lüftungsanlagen periodisch kontrollieren, Filter von Lüftungsanlagen jährlich austauschen, nach den Bedürfnissen orientierte Filterkategorie einsetzen, wenn möglich Abschalten der Lüftung während der Nacht
- Feuchtigkeit im Kühlgerät reduzieren, regelmäßiges Enteisen bedeutet einen niedrigeren Kühlaufwand
- Monitoring der Energie- und Wasserverbräuche, min. 1x monatlich, besser wöchentlich um Abweichungen schnell zu erkennen und einzugreifen. Ein systematisches Energiemanagementsystem bietet die Chancen, die Energieeffizienz fortlaufend zu verbessern und Energieverbräuche sowie die damit verbundenen Treibhausgasemissionen zu mindern. Das konsequente Monitoring kann zudem zu beachtlichen Kostentlastungen beitragen.



Informationen zur Energieberatung und Förderung für Unternehmen sowie zahlreiche Leitfäden und Checklisten zum Energie sparen in verschiedenen Bereichen des Gastgewerbes unter:

- www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/energieeffizienz
- www.energiekampagne-gastgewerbe.de
- www.energiekampagne-gastgewerbe.de/system/files/2022-05/checkliste_sofortmassnahmen.pdf
- www.energie-experten.org
- www.energieberater-brb.de

GOOD PRACTICE BEISPIEL:

ERNEUERBARE ENERGIEN AUF DEM CAMPINGPLATZ, DREETZSEE CAMPING

Hans-Jürgen Döhring ist ein Macher. Seit über 20 Jahren betreibt er zusammen mit seiner Frau den Campingplatz am Dreetzsee bei Thomsdorf. Campingurlaub in und mit der Natur. Ökonomie und Ökologie unter einen Hut zu bekommen, prägt auch die Unternehmensphilosophie der Döhrings. Eine klimafreundliche Maßnahme auf dem Campingplatz ist die Nutzung erneuerbarer Energien vor Ort. Zwei Arten werden dafür genutzt: Eine Brauchwassererwärmungsanlage mit Solarthermie mit 12,5 m² für die Waschtische und Spültische im Sanitärgebäude an der Rezeption. In der Vor- und Nachsaison reichen 3 bis 6 Sonnenstunden aus, den Warmwasserbedarf dort vollständig zu decken. Eine zusätzliche Photovoltaikanlage mit 12,6 Kilowattpeak auf dem Sanitärgebäude in Richtung Thomsdorf deckt rund 5% des Gesamtstrombedarfs des Campingplatzes ab.



www.dreetzeecamping.de



Die E-Autos werden den Mitarbeitern für den Dienstweg und die private Nutzung zur Verfügung gestellt. Auch für die Platzpflege des Campingplatzes werden E-Autos genutzt. Zum Tanken wird die eigene Ladestation auf dem Platz verwendet.

- Was ist für Sie der größte Vorteil Ihrer Photovoltaikanlage?
Hans-Jürgen Döhring: „Wir haben ein Außendisplay installiert, so dass die Gäste die aktuelle, aber auch die Tages- und natürlich die Gesamteinspeisung ablesen können, das kommt richtig gut bei den Gästen an.“

- Sind Sie mit der Gesamtleistung Ihrer PV-Anlagen zufrieden?
Hans-Jürgen Döhring: „Ja, mit dem was wir bisher installiert haben, sind wir durchaus sehr zufrieden.“

- Nach wieviel Jahren amortisiert sich die PV-Anlage?
Hans-Jürgen Döhring: „Wir betreiben die Anlage seit 2009 und haben bisher 127.000 kWh erzeugt, die Anlage hatte sich nach 14 Jahren amortisiert. Wir planen bereits weitere Anlagen zur Energiegewinnung.“

- Was möchten Sie Betrieben, die sich klimafreundlicher aufstellen wollen, für einen Tipp auf den Weg geben?

Hans-Jürgen Döhring: „Zurzeit sind die Herstellungspreise für PV-Anlagen auf einem sehr niedrigen Niveau, wer sich mit dem Gedanken zur Errichtung einer PV-Anlage trägt, der sollte es jetzt umsetzen, immer noch gilt, nicht aus dem Netz benötigter Strom trägt zur allgemeinen Entlastung bei, und die Gewinnung von Strom durch Sonnenenergie gibt ein unheimlich gutes Gefühl.“



WÄRMEVERSORGUNG & HITZESCHUTZ

Das Beheizen von Gebäuden zählt in unseren Breiten zu den größten CO₂-Emittenten. Gut zwei Drittel des gesamten Energieverbrauchs in deutschen Haushalten geht auf das Konto der Heizung. Mit einfachen Maßnahmen lassen sich auch in diesem Bereich schon recht hohe Einsparungen erzielen, die nicht nur dem Klimagut tun, sondern auch Energiekosten senken. Auf der anderen Seite wird es im Sommer durch den Klimawandel immer heißer.

Der Um-/Ausbau eines Gebäudes bietet eine gute Gelegenheit, eine Wärmedämmung aus nachwachsenden Rohstoffen wie Holzfaser, Hanf oder Wolle zu installieren, das Heizsystem zu überprüfen und auf regenerative Energieträger (Sonne, Erdwärme, Biomasse etc.) umzustellen. Welche Heizanlage dabei die Optimalste ist, hängt von den individuellen Gegebenheiten vor Ort ab.



MEHR INFOS:
Online-Seminar „Effizientes Energiemanagement für Tourismusbetriebe“ (80 min)

- www.youtube.com/watch?v=Njip9AozNwQ
- www.energieagentur.wfbb.de
- www.dehoga-umweltcheck.de
- www.foerderdatenbank.de

RICHTIG HEIZEN – BEISPIELMASSNAHMEN

- Die Dämmung von Dach oder Wand lohnt sich fast immer, ist meist günstiger als eine neue Heizung und spart viel CO₂ ein, im Winter werden Wärmeverluste reduziert und im Sommer wird die Hitze länger draußen gehalten.
- Verminderung von Wärmeverlusten, z. B. durch eine bedarfsgerechte Heiztemperaturregelung oder Vorkehrungen zur Verhinderung unkontrollierten Türen- und Fensteröffnens in gemeinschaftlich beheizten Räumen
- Die Raumtemperatur sollte im Optimalfall 20–21°C betragen und nachts automatisch abgesenkt werden (auf 16–18°C), z. B. durch Anschaffung programmierbarer, dezentraler Ventilsteuerungen und Einstellen der Heizgrenze. Jedes Grad weniger spart ca. 6% Heizenergie!
- Stoßlüften statt Kippfenster: Bei geöffneten Fenstern wird die feuchte und verbrauchte Luft schnell und komplett ausgetauscht, ohne dass die Wände auskühlen. Dabei sind schon einige Minuten weit geöffnete Fenster ausreichend, um die gesamte Raumluft auszutauschen. Die Heizkörper während des Lüftens herunterregeln (nicht bei Fußboden-/Wandheizungen!), um Heizenergie zu sparen. Nach dem Lüften und dem Schließen der Fenster strahlen die Wände des Hauses sofort wieder die gespeicherte Wärme ab und erwärmen so ebenfalls die frische ausgetauschte Raumluft.
- Heizungsrohre in Versorgungsschächten isolieren
- Heizkörper regelmäßig von Staub und Dreck befreien und entlüften

Wärmedämmung mit ökologischen Dämmstoffen

- www.verbraucherzentrale.de/wissen/energie/energetische-sanierung

ACHTUNG! Nicht alle nachwachsenden Dämmstoffe sind bei erhöhten Brandschutzanforderungen erlaubt.

HITZESCHUTZ – BEISPIELMASSNAHMEN

- richtige Wärmedämmung
- Verwendung von hitzereduzierenden Baumaterialien
- Beschattung durch Dachüberhänge oder mit Hilfe von PV-Anlagen auf dem Dach
- Sonnenschutz draußen anbringen (Jalousien, Rollläden, Markisen)
- Pflanzen und Bäume als langfristige Schatten-spender pflanzen



WASSERVERSORGUNG & REINIGUNGSMITTEL

>> Gut ¼ des täglichen (Trink!) Wasserverbrauchs wird für die Toilettenspülung verwendet!

Wasser ist unsere wichtigste Ressource und Grundlage allen Lebens. Der Wassersektor beeinflusst und sichert unsere Nahrungs- und Energieversorgung sowie die Gesundheit von Mensch und Umwelt. Obwohl Brandenburg mehr als 3000 Seen hat wird das Wasser immer knapper. Die vergangenen Jahre der Dürre machen sich bemerkbar. Hinzu kommt der steigende durchschnittliche pro Kopf Wasserverbrauch der Bevölkerung. Dabei zahlt sich die Einsparung von Warmwasser doppelt aus – sowohl beim Wasser- als auch Energieverbrauch. Reduzieren wir den Verbrauch, muss die Heizung weniger Wasser erwärmen. Hotelgäste verbrauchen im Urlaub deutlich mehr Wasser als zuhause, doch mit kleinen Änderungen im Verhalten und bei der Technik kann der Wasserverbrauch gesenkt werden.

WASSEREINSPARUNG – BEISPIELMASSNAHMEN

- Reinigungswunsch sowie Wäsche-/Handtuchwechsel nach Gästewunsch, keine automatische Bleibereinigung nach der ersten Nacht
- Beim Kauf von Neugeräten, wie Waschmaschine und Spülmaschine sollte neben dem Energieverbrauch auch auf den Wasserverbrauch geachtet werden
- Einsatz von Wasserspareinrichtungen an Handwaschbecken und Duschen (z.B. belüftete Perlatoren, Durchflussbegrenzer, Spülstopps/Selbstschlussarmaturen, Sensortechnik)
- Einsatz von Wasserspareinrichtungen an WCs und Urinalen (wasserlose Urinale, Spülstopps, Sensortechnik, Vakuumtoiletten benötigen pro Spülgang nur ein bis zwei Liter Wasser)
- Nutzung von Trockentoiletten, z.B. vorwiegend für den Außenbereich, aber auch im Innenbereich möglich (z.B. von **Finizio Future sanitation** aus dem Barnim).
- Heimische, standortangepasste Außenbegrünung mit geringem Wasserbedarf, extensive/anspruchslöse und pflegearme Bereiche schaffen, z. B. auf Dächern und ungenutzten Flächen
- Nutzung von Regenwasser für Bewässerung (ggf. auch für Toiletten)

HERKÖMMLICHE REINIGUNGSMITTEL SCHADEN UNSERER UMWELT

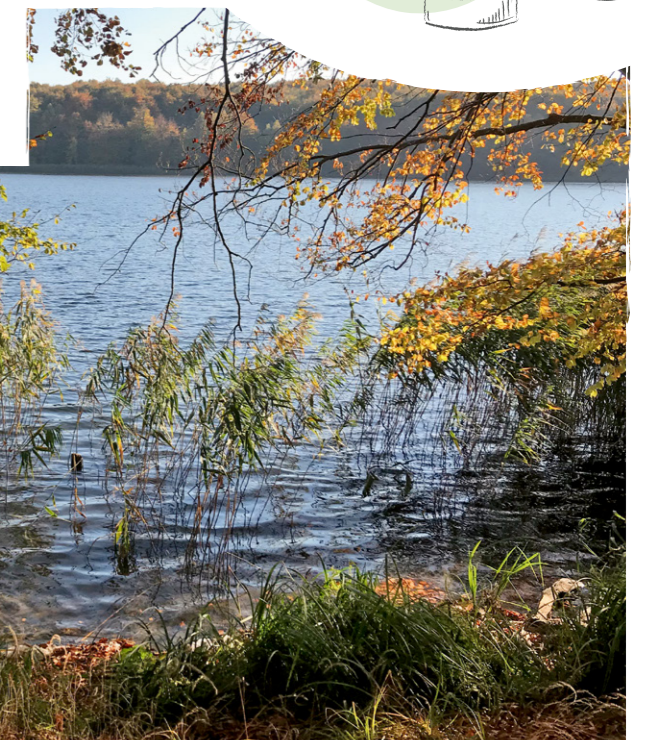
Viele Stoffe in Reinigungsmitteln sind schwer abbaubar und können auf unterschiedlichen Wegen in unser Grundwasser, auf landwirtschaftliche Felder oder in Flüsse, Seen und Meere gelangen. Die Folgen für Umwelt und Gesundheit werden meist unterschätzt. Viele der Inhaltsstoffe sind giftig für Wasserorganismen. Außerdem landen durch herkömmliche Reinigungsmittel rund 55 Tonnen Mikroplastik jährlich im Abwasser.

- **Umweltfreundliche Labels:** Nordic Ecolabel, Der Blaue Engel, EU Ecolabel, Nature Care Product, Eco Cert, Eco Garantie
- Produkte mit Gefahrenkennzeichen wie giftig, explosiv, ätzend etc. sollten vermieden werden. Ebenso überflüssige Produkte wie aggressive Chemie-Abflussreiniger,

- WC-Beckensteine, Frischluftsprays, Weichspüler sowie stark saure, alkalische oder chlorhaltige Reiniger
- Verwendung von Reinigungsmitteln mit biologisch abbaubaren Inhaltsstoffen (auf Basis von Schmierseife, Essig, Spiritus oder Zitrone), **Reinigung mit chemiefreiem Mikrodampf** – ohne Reinigungsmittel

Anlaufstelle für nachhaltiges Gastgewerbe:

www.tutaka.com. Größtes Verzeichnis geprüfter, nachhaltiger Produkte für Hotels, Ferienwohnungen, Gastronomie und Events sowie Wissensplattform mit Tipps und Best Practice Beispielen. Außerdem bietet www.memo.de eine ganze Abteilung für Reinigungsmittel und Putzutensilien.



ABFALLWIRTSCHAFT



MEHR INFOS:

Mülltrennung

www.nabu.de/umwelt-und-ressourcen/oekologisch-leben/alltagsprodukte

Durch eine nachhaltige Abfallwirtschaft lassen sich effektiv Ressourcen einsparen und neben Emissionen auch Kosten reduzieren. Vermeidung von Abfall bietet das größte Einsparpotenzial, Entsorgung ist der letzte Ausweg. Neben der Vermeidung sind das Recycling, die Verwertung und die ordnungsgerechte Beseitigung nach den gesetzlichen Vorgaben weitere Ziele der Abfallwirtschaft. Bei der Aufdeckung von Einsparmöglichkeiten in den betrieblichen Bereichen hilft eine umfassende Erfassung der Abfälle.

MÜLLVERMEIDUNG – BEISPIELMASSNAHMEN

- Verzicht auf Einweg- und Portionsverpackungen bei Lebensmitteln (Kaffeesahne, Zucker, Butter, Marmelade u. ä.)
- Verzicht auf Einwegtextilien wie Tischdecken, Servietten, Geschirrtücher, Papiertücher (soweit hygienisch möglich)
- Verzicht auf Einweggeschirr und -besteck. Mehrweg- und Pfandsysteme einführen (Uckerccino, ReCup, etc.), Achtung: seit Januar 2023 gilt die **Mehrwegangebotspflicht(!)**: Caterer, Lieferdienste, Imbissbetriebe und Restaurants müssen dann Mehrwegbehälter als Alternative zu Plastik-Einwegbehältern für Essen und Getränke zum Mitnehmen und bei Anlieferung bereithalten. Diese dürfen nicht teurer sein als das Einweg-Angebot. Kleine Betriebe mit maximal 5 Mitarbeitenden und maximal 80 Quadratmeter Ladenfläche sind von der Pflicht ausgenommen. Sie müssen aber auf Wunsch Essen oder Getränke in mitgebrachte Behälter abfüllen, für die Sauberkeit und Hygiene der Behältnisse ist der Gast verantwortlich. Zudem müssen alle Betriebe Gäste auf das Mehrwegangebot hinweisen.
- Bieten Sie im Gastronomiebereich Leitungswasser statt Mineralwasser aus (Kunststoff-) Flaschen an oder einen Wasserspender mit gefiltertem Wasser am Frühstücksbuffet, für Tagungen und Mitarbeitende (dies spart u.a. auch Bestellungen, Lagerkapazitäten und Kistenschleppen ein), lassen Sie sich als **Refill-Station** listen, indem Sie auch Außerhausgästen Leitungswasser kostenfrei zur Verfügung stellen, Unterstützen Sie beim Wasserflaschenkauf soziale Projekte, z.B. mit **Viva con Agua**
- Reduzierung des Verpackungsmülls durch Groß- und Mehrweggebinde sowie wiederverwendbare Edelstahlbehälter, z. B. Eis-Wannen
- nachfüllbare Spender einführen (z. B. als Alternative zu einzelverpackten Badutensilien wie Seife, Shampoo und Duschgels), geben Sie Seifen ein zweites Leben, der **SaboCycle Germany e.V.** sammelt gebrauchte Seifenreste aus deutschen Hotels und recycelt diese in Werkstätten der Lebenshilfe zu neuen Seifen für bedürftige Kinder und Familien
- **Mülleimer mit Mülltrennung** in Hotelzimmern, Ferienwohnungen und öffentlichen Bereichen einsetzen



MEHR INFOS:

Mehrwegangebotspflicht
www.dehoga-bundesverband.de/branchenthemen/mehrwegangebotspflicht



Weitere Adressen für recyclebares Einweggeschirr aus Papier, Holz, Palmblatt Zuckerrohr, Biokunststoff:

- www.biofutura.com/de
- www.prodana.de/bio-einweggeschirr
- www.bioeinweggeschirr.de
- www.biodi.de

LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

- Abfall analysieren, Einkauf anpassen
- gutes Lagersystem (First-in-First-out-System oder Just-In-Time Lieferungen)
- Schulung der Mitarbeiter, firmeninterne Regeln zur Müllvermeidung/Lebensmittelverschwendung kommunizieren
- Um Lebensmittelverschwendung vorzubeugen, am Buffet kleinere Teller zur Verfügung stellen, damit sich die Gäste weniger Essen auf den Teller auf tun und sich nur Essen nachnehmen, wenn diese noch Hunger haben
- Menü oder Portionen anpassen, wenn regelmäßig viel übrig bleibt, unterschiedliche Portionsgrößen anbieten (Kinderportion und „für den kleinen Hunger“)
- Spezialangebote des Tages aus Vorratsresten mit kurzer Haltbarkeitsgrenze kreieren
- Lebensmittel verschenken (Too good to go, Tafel, Tierheime)
- Speisereste müssen in der Gastronomie gesondert entsorgt werden, in die Biotonne dürfen nur handelsübliche Mengen nicht tierischen Ursprungs. Ökologisch ist es sinnvoll, wenn unvermeidbare (!) Küchenabfälle in der Biogasanlage statt in der Müllverbrennungsanlage landen. **ReFood** erzeugt aus Speiseresten, -ölen und -fetten umweltfreundliche Energie. Eine Bananenschale liefert geschätzt 34 Minuten Licht in einer 11 Watt Lampe. Essensreste wegen des hohen Nährstoffgehalts noch mehr.
- Leitfaden zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Catering vom Umweltbundesamt unter: www.umweltbundesamt.de/publikationen

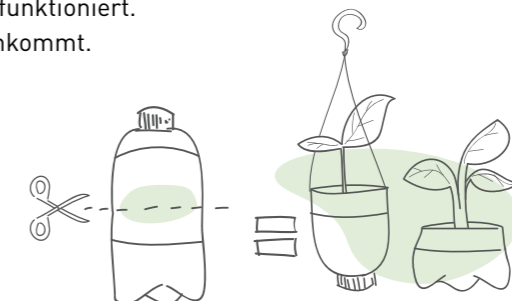


UPCYCLING

Etwas Gebrauchtes wird nicht einfach weggeworfen, sondern zu etwas ganz Neuem verarbeitet oder umfunktioniert. Alte Produkte erhalten so einen höheren Wert und werden zu einem Unikat. Dies wird nicht nur von Gästen positiv angenommen, sondern spart auch Energie und Ressourcen. ... es braucht nur etwas Kreativität und handwerkliches Geschick!

Bei **martas Gästehäuser Groß Väter See** ist Umweltschutz und Nachhaltigkeit schon immer ein zentrales Anliegen. So wird vor dem Neukauf von Mobiliar zunächst über Upcycling von vorhandenen Dingen nachgedacht. In der Cafeteria wurden so große Gurkengläser und defekte, nicht mehr nutzbare Musikinstrumente zu Lampenschirmen umfunktioniert. Ein Blickfang für die Gäste, der gut ankommt.

www.grossvaetersee.martas.org



Mehr Ideen gegen Lebensmittelverschwendung:

- www.zugut fuer dietonne.de



Die Initiative **United Against Waste e.V.** stellt praxistaugliche Lösungen zur Verfügung, die aufzeigen, dass die Reduzierung von Lebensmittelabfall Geld und wertvolle Ressourcen spart.

- www.united-against-waste.de



GOOD PRACTICE:

FOODSHARING „NIMM MICH REGAL“, LIESJE TRECKING

Nadin Halser ist die Gründerin von Liesje Trecking. Neben Planwagenfahrten bietet sie Tageskutschfahrten und Pferdewandern an. Außerdem können Gäste auf dem Platz in Friedenfelde in einfachen funktional eingerichteten Unterkünften übernachten. Bei ihrer Anreise sind die Gäste von Liesje Trecking meist noch gestresst von ihrem Alltag, nach den Tagen auf dem Hof, in der Natur und mit den Pferden in der weiten Landschaft der Uckermark fühlen sich die Gäste entspannt und ausgeruht. Für den Vorzeigecharakter im Bereich Regionalität und Nachhaltigkeit erhielt Liesje Trecking 2018 den Uckermärkischen Tourismuspreis. Auf ihrem Hof findet sich beispielsweise ein Foodsharing-Regal, mit welchem Gäste noch genießbare Lebensmittel vor dem Wegwerfen retten können. Das Prinzip ist einfach: Gäste, die abreisen, stellen ihre übrig gebliebenen Lebensmittel ins Regal, an welchen sich die Gäste vor Ort bedienen können.



- Was war Ihre Idee hinter dem Foodsharing-Regal auf dem Hof von Liesje Trecking?

Nadin Halser: „Es gab in der Hauptsaison so viel übrig gebliebene Lebensmittel das wir ein ganzes Hausschwein satt bekommen hätten. Das konnten wir so nicht hinnehmen und verschenkten die Lebensmittel oft weiter – daraus entwickelte sich unser >>Nimm mich Regal<<. Haltbare und verschlossene Lebensmittel finden so zu neuen Besitzern. Für frische und gekühlte Lebensmittel, gibt es ein extra Fach im Kühlschrank.“

- Wie wird das Foodsharing-Regal von den Gästen angenommen?
Nadin Halser: „Es gab von Anfang an nur positives Feedback unserer Gäste und wurde total selbstver-

ständig angenommen. Mittlerweile ist das Regal sehr beliebt bei unseren Urlaubern.“

- Trägt das Foodsharing-Regal in der Praxis gegen Lebensmittelverschwendung der Gäste bei?

Nadin Halser: „Bei uns auf jeden Fall ... Unsere Urlauber handeln wesentlich besser mit Lebensmitteln und oft rettet unser Regal gerade durchreisenden Radtouristen so manches Essen. Sie haben unterwegs selten etwas dabei und kommen auch nicht zum Einkaufen.“

- Für welche Betriebe ist diese Maßnahme aus Ihrer Sicht übertragbar?

Nadin Halser: „Ich glaube es ist für alle umsetzbar, vielleicht nicht in Form eines Regals wie bei uns aber gerade auf Zeltplätzen und Ferienwohnungen könnte es umgesetzt werden.“



www.liesje-trecking.de



NACHHALTIGERE GASTRONOMIE & REGIONALE PRODUKTE

REGIONAL IST ERSTE WAHL

Durch die Verwendung regionaler Produkte auf Ihrem Frühstücksbuffet oder in Ihrem Restaurant schonen Sie nicht nur die Umwelt durch kurze Transportwege, sondern unterstützen auch regionale Wirtschaftskreisläufe. Diese Einstellung sollte nicht nur für den Lebensmittelbereich, sondern auch für den Einkauf von Dienstleistungen, wie etwa den Druck Ihres Hausprospekts oder Handwerkerleistungen, gelten - damit das Geld in der Region bleibt.

- eine Auswahl regionaler Erzeuger finden Sie in der **tmu-Broschüre „Essen und Trinken“** und auf der Webseite unter der gleichnamigen Rubrik

- Kennzeichnen Sie Produkte aus der Region (in der Speisekarte oder auf dem Buffet), z. B. mit der Angabe der Entfernungskilometer, kurzen Porträttexten der regionalen Lieferanten, alternativ: Aushang einer Lieferantenliste

- Q-Regio, Onlineshop und Verkaufsläden (Friedrichstr. 11, 17291 Prenzlau, Bandelow 50, 17337 Uckerland), die individuelle Belieferung Ihres Betriebes kann mit der Geschäftsführung abgesprochen werden:
Tel.: 039740 20 274,
E-Mail: info@q-regio.de
www.q-regio.de

- KostKutscher, Onlineshop und Lieferservice für täglich frische, regionale und saisonale Produkte, auch als Ferienwohnungsboxen erhältlich, Lieferung von Montag bis Samstag, Einzugsgebiet Stadt Schwedt mit ihren Ortsteilen, Angermünde, Gartz (Oder) und Prenzlau
www.kostkutscher.de

WARUM BIO?

Der Vergleich von bio zu konventionell zeigt, dass Öko-Landwirte 15 bis 20 % weniger Treibhausgase produzieren. Der Ökolandbau ist schon durch den Verzicht auf chemisch-synthetische Pestizide und Düngemittel deutlich klima- und umweltfreundlicher als die konventionelle Landwirtschaft. Viele Anbauverbände haben zudem strenge Kriterien, was Futtermittelbeschaffung, Tierhaltung etc. angeht. Aber natürlich gibt es auch hier nicht nur schwarz und weiß. Manch konventioneller Betrieb wirtschaftet nahezu ökologisch, nur ohne entsprechendes Siegel. Fragen Sie Ihren regionalen Lieferanten, woher das verwendete Futter stammt, ob seine Tiere Weidgang haben oder ob Sie sein Obst guten Gewissens auch den Kleinkindern Ihrer Gäste anbieten können!

www.foel.de

Weitere Informationen, Handbücher und Leitfäden:

- www.sustainable-food-futouris.org
„Nachhaltige Kulinarik in Hotellerie und Gastronomie“ (Sustainable Food Manual)
„Gästekommunikation nachhaltiger Speisen“
- www.tourismus-uckermark.de/nachhaltige-und-klimaschonende-gastronomie





PFLANZENBASIERTE ERNÄHRUNG

In Deutschland liegt der Fleischkonsum deutlich über der ernährungsphysiologisch empfohlenen Menge. Zudem benötigt die Erzeugung tierischer Lebensmittel (Fleisch- und Milchprodukte) teilweise ein Mehrfaches der darin enthaltenen Energie in Form von Futterpflanzen und ist mit hohen Treibhausgasemissionen und Umweltbelastungen verbunden. Dies geht mit einem hohen Einsatz begrenzter Ressourcen wie Wasser, fossiler Energien und Böden einher. Der Gesundheit und der Umwelt zuliebe hat die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. ihre Lebensmittelbezogenen Ernährungsempfehlungen angepasst, so werden pflanzliche Lebensmittel stärker betont, die empfohlene Fleischmenge wurde auf 300 g pro Woche reduziert, ebenso der Konsum von Milch und -produkten auf zwei Portionen pro Tag und ein Ei pro Woche. Auch die neue Ernährungsstrategie für das Land Brandenburg möchte eine pflanzenbetonte Ernährung mit einem höheren Anteil an möglichst unverarbeitetem Gemüse und Obst sowie ballaststoffreichen Getreideprodukten, Hülsenfrüchten und Nüssen einfacher zugänglich machen. Gleichmaßen soll die Reduzierung des Konsums tierischer Lebensmittel auf ein nachhaltiges und

gesundheitsförderndes Maß unterstützt werden. Hinzu kommt, dass sich bereits immer mehr Menschen entscheiden, bewusst weniger Fleisch, Milch und Co. zu essen. Die Zahl der vegan, vegetarisch und flexitarisch lebenden Menschen in Deutschland steigt jährlich an. Und die Gäste erwarten auch in der Gastronomie und Hotellerie alternative Speisenangebote. Nicht zu vergessen: Pflanzliche Gerichte eignen sich oftmals auch für Gäste mit Allergien und Unverträglichkeiten (z. B. Laktoseintoleranz).

Das ahead Hotel in der denkmalgeschützten Burg Lenzen ist seit 2021 das größte rein vegane Hotel in Deutschland. Vom Frühstücksbuffet im Wintergarten, über Mittag- und Abendessen sowie Kuchen und Kaffee im hoteleigenen Restaurant „Place to V“ enthält die Speisekarte keinerlei tierische Produkte, auf den Teller kommen vorwiegend Bio-Produkte aus der Region. Seit der Neuausrichtung zu einem rein veganen Hotel wurde nicht nur die Bekanntheit gesteigert. Das Hotel hat eine überdurchschnittliche Jahresauslastung von etwa 75 %. Und auch das hoteleigene Restaurant ist als einziges in der Prignitz täglich, auch im Winter ganztägig (ohne Ruhetag), geöffnet.
www.aheadhotel.de



Weitere Informationen, Handbücher und Leitfäden:

- www.dge.de/gesunde-ernaehrung/gut-essen-und-trinken/dge-empfehlungen
- www.msgiv.brandenburg.de/msgiv/de/ernaehrungsstrategie-land-brandenburg
- www.tourismus-uckermark.de/pflanzenbasierte-ernaehrung-in-der-gastronomie

GOOD PRACTICE:

REGIONALE PRODUKTE KOSTKUTSCHER

In der Uckermark gibt es seit Januar 2023 einen neuen Lieferdienst. Der KostKutscher bringt die gesunde Vielfalt von regionalen Produkten bis an die Haustür. Er liefert an Firmen und Privatleute Mittagessen aus, welches im Brauwerk in Schwedt/Oder gekocht wird. Die Touren zu den Kunden werden gleichzeitig dazu genutzt, frische Erzeugnisse von Höfen, die entlang der Route liegen, einzusammeln. So werden regionales Obst und Gemüse von Klein- und Kleinanbietern direkt an die Haustür der Kunden geliefert. Zwei Kleintransporter beliefern Kunden in Schwedt/Oder, Angermünde, Prenzlau und Gartz (Oder) sowie den Orten auf dem Weg.

▪ Welche Motivation steckt hinter KostKutscher?
Ireen Mieczkowski: „Wir – Wolf und Ireen Mieczkowski – haben seit vielen Jahren den Anspruch, regionale Kreisläufe zu nutzen und zu stärken. Wir möchten selbst heimische Produkte nutzen und damit nicht nur klimafreundlich handeln, sondern insbesondere die Wirtschaftskraft vor der eigenen Haustür stärken.“

▪ Was ist die Besonderheit an KostKutscher?
Ireen Mieczkowski: „Der KostKutscher verbindet. Zum Beispiel ermöglichen wir selbst Kleinanbietern ihre Produkte für die Endkunden zugänglich zu machen, indem wir die Ware selbst abholen und weiterverteilen. Dabei nutzen wir die bestehende Struktur unseres Auslieferungsnetzwerks mit mobilem Menüservice – das Mittagessen (in Mehrwegschalen) wird zum Kunden gebracht und auf der sonst leeren Rücktour holen wir die Ware ab, die bei der nächsten Lieferung mitgenommen werden kann. Da wir weitere Firmen haben (Hotel AltstadtQuartier, Restaurant Anker & Platz auf dem Campingplatz StroamCamp Schwedt/Oder) sorgen wir bei vielen Produkten bereits selbst über eine gewisse Grundabnahme, so dass es sich für die Erzeuger auch lohnt, mit uns ins Geschäft zu kommen.“

▪ Wie wird der Lieferdienst angenommen?
Ireen Mieczkowski: „Wir haben bereits Stammkundschaft auf-

bauen können, die sich in der Regel wöchentlich einen gut gefüllten Warenkorb mit regionalen Waren für den täglichen Bedarf liefern lassen. Auch erste kleine Firmen und Büroeinheiten genießen es, Getränke aus der Region nicht selbst schleppen zu müssen, denn der KostKutscher liefert auch Wasser, Säfte usw. Mittlerweile melden sich Anbieter bereits aktiv bei uns, um das Sortiment einbringen zu wollen. Ich denke, daran zeigt sich gut die zunehmende Relevanz.“

▪ Wie können Gastgeber und Gäste das Angebot nutzen?
Ireen Mieczkowski: „Am besten online. Unter www.kostkutscher.de stellen wir viele regionale Produkte vor und man kann diese bequem zu jeder Tageszeit kaufen und den Liefertag zur Lieferung an die Haustür bestimmen. Aktuell überarbeiten wir den Shop, um den Gastgebern sogar ein eigenes Spektrum anbieten zu können. Dabei wird dann auch für alle Kunden das Angebot gleich noch erweitert. Denn auch das regionale Mitbringsel wird nicht fehlen sowie eine Auswahl an Präsenten.“



www.kostkutscher.de



MOBIL IM LÄNDLICHEN RAUM

In einer peripheren Region wie der Uckermark lässt es sich nur schwer ohne (mindestens) ein motorisiertes Fahrzeug auskommen. Doch auch hier gibt es jede Menge Möglichkeiten, den Klima-Fußabdruck Ihres Unternehmens zu reduzieren.

KLIMAFREUNDLICHE MOBILITÄT IM BETRIEB – BEISPIELMASSNAHMEN

- Gute Planung: Wege zusammenlegen, unnötige Wege vermeiden, das spart nicht nur Kraftstoff, sondern auch Zeit
- für mittlere Wegstrecken Auto stehen lassen, stattdessen E-Bike nutzen
- Bei der Neuanschaffung von Firmenwagen verbrauchsarme Modelle oder E-Mobilität bevorzugen, Dieselfahrzeuge vermeiden
- Start- und Endpunkte für organisierte Ausflüge in der Nähe von Haltestellen für Bus oder Bahn wählen
- Lassen Sie sich Produkte mit dem KostKutscher oder den UCKER Warentakt liefern www.uckerwarentakt.de
- VBB-Firmenticket für Mitarbeiter (mindestens 5 Angestellte), Zuschuss zum Deutschlandticket
- Jobrad für Mitarbeiter, die Steuerfreiheit für die Überlassung eines Dienstrads ist bis Ende 2030 möglich www.vcd.org/artikel/steuerliche-vorteile-fuer-dienstfahrraeder

KLIMAFREUNDLICHE MOBILITÄT FÜR UNSERE GÄSTE – BEISPIELMASSNAHMEN

- Bereits vorab (Webseite, Buchungsanfragen etc.) auf alternative Anreiseoptionen hinweisen, Sensibilisieren der Gäste für die klimafreundliche Anreise mit der Bahn, **Berechnung von Treibhausgasen im Vergleich**, Einbau des Anreisebuttons des VBB (oder der Deutschen Bahn), individuell erstellbar unter www.vbb.de/vbb-services/api-open-data/widget-generator
- Bieten Sie Ihren Gästen Anreize, ohne Auto anzureisen, z. B. kostenfreie Bereitstellung von Fahrrädern für den Aufenthalt oder einen „Öko-Rabatt“ auf den Übernachtungspreis oder den Eintritt bei Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Laut einer Mobilitätsstudie des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur von 2020 besitzen lediglich 49% der Berliner Haushalte ein eigenes Auto.
- Hol- und Bringservice zum nächsten Bahnhof anbieten
- Tourenvorschläge mit dem ÖPNV (z.B. mit dem UckermarkShuttle oder dem BiberBus) vorhalten oder auf www.tourismus-uckermark.de/mobil verweisen.
- eigene (kostenfreie) Leihfahräder vorhalten oder mit einem regionalen Fahrradverleih kooperieren
- Einkaufsservice für die Ferienwohnung anbieten (z.B. mit regionalen Produkten gefüllter Kühlschrank), Kostkutscher-Angebot an Feriengäste kommunizieren



» Auf einer Bahnreise sparen Sie im Vergleich zu einer Fahrt mit dem PKW 66% des CO₂ ein.

Beispiel Berlin – Prenzlau

5,28 kg CO₂e
Bahn: 1 h 26 min 

16,6 kg CO₂e
Auto: 1 h 27 min 

GOOD PRACTICE:

CAMPINGEXPRESS, CAMPINGPLATZ SONNENKAP PRENZLAU

Der Campingplatz Sonnenkap in Prenzlau bietet seinen Gästen zusammen mit der Uckermärkischen Verkehrsgesellschaft mbH einen kostenfreien Campingexpress mit E-Antrieb zwischen dem Bahnhof Prenzlau und dem Campingplatz am Unteruckersee. Auch während ihres Aufenthaltes können die Gäste das Angebot nutzen, um in die Innenstadt zu kommen, auf der Route bieten sich dafür mehrere Haltepunkte an. Der Shuttle fährt von 1. Mai bis 30. September von Montag bis Sonntag stündlich (mit Mittagspause), abgestimmt auf die Bahnzeiten. Darüber hinaus können mit der Sonnenkap-Card auch alle anderen Buslinien der UVG kostenfrei genutzt werden.

- Wie kam es zu der Kooperation zwischen der UVG und dem Campingplatz bezüglich des Campingexpress?
Corinna Linde: „Der Camping-Express wurde im Rahmen des InnoMob-Förderprogramms des Landes Brandenburg verwirklicht. Er wurde als zusätzliche Verbindung zwischen Bahnhof, Innenstadt und Campingplatz sowohl für Einwohner als auch Touristen geschaffen. Der Landkreis, die Stadt Prenzlau, die Stadtwerke, die UVG und der Campingplatz Sonnenkap haben dieses Projekt zusammen realisiert.“

- Wie funktioniert das Modell bezüglich der kostenfreien Beförderung der Campingplatzgäste?
Corinna Linde: „Die Anschaffung des Busses und der zugehörigen Ladesäule wurde zunächst über die bewilligten Fördermittel realisiert. Die Stadt Prenzlau trägt für den Einsatzfahrplan jährlich einen Mitfinanzierungsanteil und der Campingplatz übernimmt das Marketing und die Kosten für die genutzten Fahrscheine.“
- Gibt es eine finanzielle Beteiligung des Campingplatzes am Campingexpress?
Corinna Linde: „Ja, der Campingplatz bekommt die genutzten Fahrscheine umgerechnet auf die günstigste Beförderungskategorie in Rechnung gestellt.“

- Heben Sie Ihren Service in der Kommunikation mit dem Gast (z.B. bei der Buchung) hervor?
Corinna Linde: „Definitiv, denn es ist ein Alleinstellungsmerkmal und

absoluter Mehrwert für unsere Gäste. Wir haben eine eigene Unterseite für den CampingExpress auf unserer Homepage, stellen den Fahrplan online und als Druckversion zur Verfügung und weisen jeden Gast beim Einchecken auf den Service hin.“

- Wie wird das Angebot zur An- und Abreise sowie während dem Aufenthalt von den Gästen angenommen?
Corinna Linde: „In den vergangenen Saisons wurde der CampingExpress bevorzugt von den Gästen aus den Mietobjekten oder Zelten zur An- und Abreise genutzt und natürlich auch um die Uckermark zu entdecken oder in die Innenstadt zu fahren.“

- Wie ist Ihre Einschätzung, trägt Ihr Angebot dazu bei, dass mehr Menschen mit der Bahn bei Ihnen anreisen? Oder erreichen Sie damit mehr Gäste die generell kein Auto besitzen?

Corinna Linde: „Dieser Effekt ist sicher vorhanden, aber wir können ihn schwer beweisen, da wir die Gäste bisher dazu nicht befragt haben.“

- Denken Sie ein Gästetransfer in dieser Form lässt sich auch für andere touristische Betriebe umsetzen?

Corinna Linde: „Das ist sicher möglich, wenn die entsprechende Kooperationsbereitschaft der Verkehrsunternehmen und vielleicht auch weitere Fördermittel vorhanden sind. Wir hatten bereits Anfragen zur Umsetzung des Projekts aus anderen Landkreisen und haben dort gern Tipps gegeben.“



www.sonnenkap-camping.de



KOMMUNIKATION „TUE GUTES UND SPRICH DARÜBER“



Das gesteigerte Bewusstsein der Konsumenten für Nachhaltigkeit zeigt sich auch in der Nachfrage nach nachhaltigeren Reisen. Deshalb sollte man als Anbieter sein nachhaltiges Engagement nicht als Selbstverständlichkeit ansehen. Die mangelnde Auffindbarkeit von Angeboten wird von nachhaltigkeitsaffinen Gästen immer wieder beklagt. Wer nicht gefunden wird, wird auch nicht gebucht. Verstecken Sie Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen nicht irgendwo in



einer Unterrubrik auf Ihrer Webseite, platzieren Sie diese präsent und leicht auffindbar.

Es gilt „Tue Gutes und sprich darüber“, jedoch in einem wertvollen Maß – denn Konsumenten werden immer kritischer, was das Wort Nachhaltigkeit angeht und die Gefahr des „Greenwashings“ ist groß. Dabei hilft es sich an die folgenden Grundsätze Transparenz, Offenlegung, Ehrlichkeit und Dialog in der Kommunikation zu halten. Um glaubwürdig zu bleiben, sollten auch die Herausforderungen offen kommuniziert werden, Nachhaltigkeit ist immer ein Prozess und kein Unternehmen agiert direkt in allen Bereichen zu 100% nachhaltig. Sprechen Sie über Ihren (persönlichen) Weg zu mehr Nachhaltigkeit im Betrieb und was für Sie dabei wichtig ist. Nur einem Trend ohne persönliches Herzblut hinterher zu springen, ergibt auf Dauer keinen Sinn und wird auch von Ihren Gästen wahrgenommen.



Green Claims Directive
EU regelt Werbung zur Umwelt- und Klimafreundlichkeit von Produkten. Wer zukünftig mit klimafreundlichen, klimaneutralen, nachhaltigen oder umweltfreundlichen Angeboten wirbt, muss die für 2024 geplante EU-Richtlinie berücksichtigen. Sie soll Verbraucher vor Greenwashing und Falschinformationen schützen. Für die Umwandlung in nationales Recht haben die EU-Mitgliedsstaaten 24 Monate Zeit. Möglicherweise werden Kleinunternehmen von der Regelung ausgenommen sein.

KOMMUNIKATION - BEISPIELMASSNAHMEN

- Erstellen Sie ein **Nachhaltigkeitsleitbild** für Ihren Betrieb zusammen mit Ihren Mitarbeitenden, es ist wichtig, dass sich alle im Betrieb damit identifizieren können, um auch die Botschaft dahinter weiter zu tragen. Was ist ihr gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit? Warum setzen Sie sich für Nachhaltigkeit ein? Was sind Ihre Ziele und welchen Beitrag möchten Sie dazu leisten? Erarbeiten Sie prägnante Leitsätze und zukünftige Handlungsfelder, als Zeichen der Verbindlichkeit sollte das Leitbild veröffentlicht und kommuniziert werden.
- Kommunizieren Sie entlang der verschiedenen Kundenkontaktpunkte (Customer Journey) mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit, von der Buchung, über die Ankunft, den Aufenthalt im Zimmer, beim Speisenangebot im Restaurant, den Ausflugsideen und Mobilitätsangeboten bis zur Abreise und der Nachkundenbetreuung.
- Kommunizieren Sie Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten präsent online auf Ihrer Webseite, Soziale Medien oder in einer digitalen Gästemappe und offline in Broschüren, durch Hinweise auf dem Zimmer, am Buffet, im persönlichen Gespräch mit dem Gast etc.
- Der erhobene Zeigefinger ist passé. Für nicht nachhaltigkeitsaffine Menschen muss der Mehrwert des nachhaltigen Angebots herausgestellt werden.
- Die Sensibilisierung für verantwortungsbewusstes Handeln wird wirksamer, wenn nicht explizit über Nachhaltigkeit gesprochen wird, sondern das emotionale Reiseerlebnis und der persönliche Bezug in den Vordergrund gestellt werden.
- Auch die Herausforderungen kommunizieren, selbstbewusst und mit Überzeugung.
- Storytelling: Verpacken Sie Ihren Weg zu mehr Nachhaltigkeit als persönliche Geschichte, nutzen Sie eine emotionale Ansprache und halten spezifische Fakten auf Nachfrage bereit.
- Begeistern Sie Ihre Gäste mit kleinen Aufmerksamkeiten, z. B. beim Frühstücksbuffet mit Food Pickern, woher die Lebensmittel stammen oder ähnlichem, im Hotelzimmer mit Hinweisen, z. B. wie viel Energie- und Wasser eingespart werden, wenn die Handtücher nicht täglich gewechselt werden.
- Versuchen Sie Ihre Gäste über soziale Normen zu erreichen, z. B. „80% der Hotelgäste benutzen ihr Handtuch mehrmals.“
- Belohnen Sie Ihre Gäste auch dafür, wenn diese keine tägliche Reinigung der Zimmer wünschen. Ein persönlicher Nutzen für den Gast kann zu einer Verhaltensänderung beitragen (Nudging – Zu einem bestimmten, nachhaltigeren Verhalten „anstupsen“).
- Kommunizieren Sie hilfreiche Tipps und praktische Handlungsmöglichkeiten, um das umweltbewusste Verhalten Ihrer Gäste zu fördern.
- Einbindung eines CO₂-Rechners auf der Webseite Ihres Betriebes, z. B. von **ZENAPA (co2.zenapa.de)**, der Gästen darüber Aufschluss gibt, wie viel CO₂ ihre Reise verursacht



Der Videokurs im Rahmen der E-Akademie vom Tourismusnetzwerk Brandenburg gibt einen Überblick erfolgreicher Nachhaltigkeitskommunikation und Nudging im Tourismus:

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/e-akademie/videokurse/nudging-kommunikation-von-nachhaltigkeit-im-tourismus

Leitsätze für nachhaltige Tourismuskommunikation:

www.futouris.org/learning-zone/leitsaetze-fuer-nachhaltige-tourismuskommunikation

Ausgewählte Online-Plattformen für die Kommunikation von nachhaltigen Unterkünften:

- www.wirindanderswo.de
- www.hiersein.de
- www.naturhaeuschen.de
- www.goodtravel.de
- www.bookitgreen.com/de

ZERTIFIZIERUNGEN IM TOURISMUS

Wenn Sie sich bereits tiefergehend mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt haben und ihren Betrieb in allen Bereichen weitestgehend nachhaltig ausgerichtet haben, lohnt sich gegebenenfalls eine externe Zertifizierung mit einem bekannten Umwelt- oder Nachhaltigkeitslabel um ihre Glaubwürdigkeit zu unterstreichen.



MEHR INFOS:
Nachhaltige Tourismuslabel und Hintergrundinformationen finden Sie hier:
www.tourismus-labelguide.org

Der Globale Rat für **Nachhaltigen Tourismus (GSTC)** verwaltet die GSTC-Kriterien, globale Standards für nachhaltiges Reisen und Tourismus sowie die internationale Akkreditierung von Zertifizierungsstellen für nachhaltigen Tourismus. Diese haben zum Ziel, ein gemeinsames Verständnis von nachhaltigem Tourismus aufzuzeigen und sind das Minimum, das jedes Tourismusunternehmen anstreben sollte.

Grundlage der Anerkennung ist ein Zertifizierungsstandard, der neben der ökologischen und ökonomischen auch die soziale Dimension der Nachhaltigkeit vollständig berücksichtigt sowie ein transparentes Prüfverfahren durch unabhängige Gutachter.



www.gstcouncil.org



Green Globe

- Reiseveranstalter, Beherbergungsbetriebe, weitere Unternehmen
- Gültigkeit 1 Jahr, international
- unabhängiges Audit vor Ort, Standards transparent, GSTC anerkannt

www.greenglobe.com



EMAS Eco-Management and Audit Scheme inkl. ISO14001

von der Europäischen Kommission

- Umweltmanagement- und Auditsystem für alle Branchen und Betriebsgrößen inkl. aller Anforderungen der Umweltmanagementsystemnorm ISO 14001
- Gültigkeit 2–3 Jahre, Europa
- Prüfung durch akkreditierte Umweltgutachter einschließlich Behördenabfrage, durch das Bundesumweltamt überwacht

www.emas.de



EcoCamping

- Campingplätze
- Gültigkeit 3 Jahre, Europa
- unabhängiges Audit vor Ort, Standards transparent

www.ecocamping.de



Netzwerk Ferien fürs Klima

- Beherbergung, Freizeitanbieter, touristische Betriebe
- Gültigkeit 3 Jahre, Regional
- Überprüfung vor Ort, Standards transparent, ökologische Kriterien

www.tourismus-uckermark.de



Green Key

Green Key

- Beherbergungsbetriebe, Camping, weitere Unternehmen
- Gültigkeit 1 Jahr, international
- unabhängiges Audit vor Ort, Standards transparent, GSTC anerkannt

www.greenkey.global



TourCert

- Reiseveranstalter, Beherbergung, touristische Betriebe
- Gültigkeit 2–3 Jahre, international
- unabhängiges Audit vor Ort, Standards transparent, GSTC anerkannt

www.tourcert.org



European Ecolabel

von der Europäischen Kommission

- für Produkte und Dienstleistungen inkl. Beherbergung und Camping
- Gültigkeit 3–5 Jahre, Europa
- unabhängiges Audit, Standards transparent, ökologische Kriterien

www.eu-ecolabel.de



Viabono

- Reiseveranstalter, Beherbergung, Gastronomie, touristische Betriebe
- Gültigkeit 2 Jahre, Deutschland
- keine Prüfung vor Ort, Standards transparent, ökologische Kriterien

www.viabono.de



BIO HOTELS

- Hotelnetzwerk
- Gültigkeit 1 Jahr, Europa
- unabhängiges Audit, Standards transparent, ökologische Kriterien

www.biohotels.info

PARTNER



PARTNER



NATURPARK-PARTNER



Partner der Nationalen Naturlandschaften

Prüfzeichen des Biosphärenreservates Schorfheide-Chorin

- (touristische) Betriebe in den Naturlandschaften
- Gültigkeit 3 Jahre, Regional
- Überprüfung vor Ort, Qualitäts- und Umweltkriterien, Identifikation mit dem Schutzgebiet

www.nationalpark-unteres-odertal.eu

www.schorfheide-chorin-biosphaerenreservat.de

www.uckermaerkische-seen-naturpark.de

NETZWERK „FERIEN FÜRS KLIMA“

Die tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH hat sich zum Ziel gesetzt, die Uckermark als nachhaltige Reiseregion zu positionieren und zu etablieren. Bereits 2013 wurde das nachhaltige Engagement der Uckermark mit dem Sieg im ersten Bundeswettbewerb „Nachhaltige Tourismusregionen“ prämiert. Im Jahr 2022/23 folgte im gleichen Wettbewerb ein Sonderpreis in der Kategorie „Best Practices“. Damit nimmt die Uckermark einen Vorbildcharakter im Deutschlandtourismus ein. Dies wäre nicht ohne starke Partner möglich gewesen, die insbesondere wichtig sind, wenn es um den direkten Gästekontakt und erlebbare Angebote geht.

Das Netzwerk „Ferien fürs Klima“ richtet sich an touristische Anbieter der Bereiche Beherbergung, Gastronomie und Freizeitaktivitäten und bildet zusammen mit den Partnern der Nationalen Naturlandschaften das Netzwerk nachhaltiger Partnerbetriebe für die tmu GmbH. Die Koordination, Prüfung und Vermarktung der Partner-

betriebe „Ferien fürs Klima“ ist bei der tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH angesiedelt. Sie organisiert regelmäßig Treffen zur Vernetzung der Anbieter untereinander.

Als Partner im Netzwerk „Ferien fürs Klima“ profitieren Sie von einer

- bevorzugten Kommunikation in nachhaltigkeitsaffinen Medien und bei Presseanfragen
- Vermarktung über eine **spezielle Broschüre** und über die Webseite www.tourismus-uckermark.de
- Hervorhebung in weiteren Publikationen der tmu GmbH
- kostenfreien Nutzung des TourCert-Logos (in Abhängigkeit von der Zertifizierung der Uckermark als Nachhaltiges Reiseziel durch TourCert)
- Vernetzung mit den anderen Partnerbetrieben durch regelmäßige Treffen, Erfahrungsaustausch, Infoveranstaltungen, Workshops, Fachgespräche, Beratung
- Bereitstellung von nachhaltigkeitsbezogenen Informationen

WIE PARTNER IM NETZWERK „FERIEN FÜRS KLIMA“ WERDEN?

Die Prüfkriterien orientieren sich am Praxisleitfaden des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) „Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus“. Die Checkliste wurde mit Unterstützung von Anbietern aus der Region und TourCert gGmbH entwickelt und umfasst die vier Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökonomie, Ökologie, Soziales und Management.

Voraussetzung für die Prüfung ist ein persönliches Beratungsgespräch mit einem Nachhaltigkeitsbeauftragten der tmu GmbH. Die Checkliste umfasst 22 Kernkriterien, die vollständig erfüllt sein müssen sowie 11 Zusatzkriterien, von denen mindestens 3 erfüllt sein müssen. Ob alle Kriterien erfüllt sind, wird in einer Vor-Ort-Begehung festgestellt.

Das Zertifikat ist 3 Jahre gültig. Danach ist eine Nachprüfung notwendig. Die Prüfung als Partnerbetrieb „Ferien fürs Klima“ ist kostenfrei. Zusätzlich zur Checkliste muss der Partnerbetrieb jährlich drei Verbesserungsmaßnahmen formulieren und die tmu GmbH auf Nachfrage über deren Umsetzungsstand informieren.

Die Checklisten können in der Geschäftsstelle der tmu GmbH angefragt oder online unter www.tourismus-uckermark.de/nachhaltiger-tourismus-in-der-uckermark eingesehen werden.

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

BERATUNGEN UND TRAININGS

Besser als Einzelmaßnahmen ist ein ganzheitliches Klima- bzw. Nachhaltigkeits-Management-System.

- **Klimamanagement by TourCert**
www.tourcert.org/klimamanagement-by-tourcert
- **Dehoga-Umweltcheck Gold, Silber, Bronze**
www.dehoga-umweltcheck.de
- **Klimaschutz-Coaching der IHK Ostbrandenburg in Zusammenarbeit mit dem Unternehmensnetzwerk Klimaschutz**
www.klima-plattform.de/angebote/klimaschutzcoaching
- **ganzheitliche Energieberatungen**
Energieberater im Land Brandenburg
www.energieberater-brb.de
- **Nachhaltigkeitsmanager im Tourismus (Online-Kompaktseminar)**
www.tourcert.org/training/nachhaltigkeitsmanagerin
- **Online-Zertifizierungslehrgang Nachhaltigkeitsmanager vom DTV in Zusammenarbeit mit reCET**
www.deutschertourismusverband.de/veranstaltungen/weiterbildungen

FÖRDERPROGRAMM MÖGLICHKEITEN

Förderwegweiser für den Tourismus

Der Förderwegweiser listet wichtige Förderprogramme der Europäischen Union, des Bundes und der Bundesländer auf, welche speziell nach den Anforderungen der Tourismuswirtschaft selektiert wurden.
www.foerderwegweiser-tourismus.de

WEITERFÜHRENDE LINKS ZU VERSCHIEDENEN THEMEN

Interner Bereich Uckermark-Tourismus

www.tourismus-uckermark.de/service/interner-bereich

Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

www.kompetenzzentrum-tourismus.de/tourismusfoerderung/lift-klima

DTV Deutscher Tourismusverband

www.deutschertourismusverband.de/themen/nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsportal des Tourismusnetzwerk Brandenburg

www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/themen/themen-z/nachhaltigkeit/informationsportale-netzwerke-und-praktische-tools

Wissensportal nachhaltige Reiseziele

www.wissensportal-nachhaltige-reiseziele.de

Studien Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen:

Bewusstseins- und Nachfrageentwicklung und ihre Einflussfaktoren der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

www.tourismus-uckermark.de/reiseanalyse-nachhaltigkeit-bei-urlaubsreisen

Leitfaden zur nachhaltigen Organisation von Festen und Veranstaltungen

www.deutscheweinstrasse-pfalz.de/nachhaltigkeit

Hitzeaktionsplan für das Land Brandenburg

msgiv.brandenburg.de/sixcms/media.php/9/HAP%20Brandenburg_22sept2022.pdf




Herausgeber: tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH
Stettiner Straße 19, 17291 Prenzlau



Tel.: 03984 835883 · info@tourismus-uckermark.de
www.tourismus-uckermark.de

Fotos: tmu GmbH, G. Förder-Hoff, S. Peykow, M. Vitz, A. Kriedemann, I. Mieczkowski, CPG Campingplatzgesellschaft mbH Prenzlau
Satz & Layout: STEFFEN MEDIA GmbH · www.steffen-media.de
Stand: Dezember 2023



Kontakt und Informationen:
info@tourismus-uckermark.de
www.tourismus-uckermark.de
Tel.: 03984 835883

 fb.com/uckermark
 [uckermark_erleben](https://www.instagram.com/uckermark_erleben)
 [uckermark_tmu](https://www.x.com/uckermark_tmu)

 [tmu-tourismus-marketing-uckermark](https://www.linkedin.com/company/tmu-tourismus-marketing-uckermark)
 [youtube.de/naturreich](https://www.youtube.de/naturreich)
blog.tourismus-uckermark.de