



Sächsisch-Böhmische  
SCHWEIZ

# NACHHALTIGKEIT

## LEITFADEN FÜR TOURISMUSBETRIEBE

# INHALT

Nachhaltigkeit im Tourismus . . . . .	4	Erfolgreiche Kommunikation . . . . .	30
Nachhaltiges Ressourcenmanagement . . . . .	10	Die Nachhaltigkeitsinitiative des TVSSW – jetzt dabei sein! . . . . .	34
Nachhaltiges Einkaufsmanagement . . . . .	14	Wer hilft weiter . . . . .	39
Regionale Produkte . . . . .	18	Labels und Zertifizierungen . . . . .	40
Nachhaltiges Personalmanagement . . . . .	22	Ausblick . . . . .	42
Mobilität . . . . .	26		



## WENN WIR NICHT ANFANGEN, WER DANN?

Beginnen wir mit einer Gemeinsamkeit, die uns wahrscheinlich alle eint: Das Interesse an einer möglichst erfreulichen Zukunft. Für uns, für unsere Kinder und unsere Enkel. Auch in Zukunft soll es möglich sein, gesund und munter auf diesem Planeten zu leben, einer wertvollen Tätigkeit nachzugehen und sich verwirklichen zu können. Das bedeutet jedoch, dass wir bereits heute so einige Dinge in unserer Gesellschaft verändern müssen. Vor allem auch unsere Art zu wirtschaften, denn die Ressourcen sind begrenzt, die Umweltbeziehungen sensibel und die Vielfalt des Lebens an vielen Orten bedroht.

Was das mit nachhaltigem Tourismus zu tun hat? Alles. Denn alles steht mit allem in Verbindung. Tourismus ist ein Wirtschaftszweig, der nicht nur viele andere Branchen berührt, sondern auch viele Menschen. Er bietet sich daher hervorragend an, den notwendigen Wandel in der Gesellschaft zu unterstützen. Davon profitieren nicht nur unsere Enkel. Auch aktuelle Probleme wie Fachkräftemangel, steigende Betriebskosten oder die sinkende wirtschaftliche Bedeutung des ländlichen Raumes lassen sich mit dem ganzheitlichen Ansatz der Nachhaltigkeit viel besser angehen.

Wir, der Tourismusverband der Sächsischen Schweiz, möchten mit Ihnen gemeinsam die Tourismuswirtschaft in unserer Region fit für die Zukunft machen. Wir sind davon überzeugt, dass wir als nachhaltiges Reiseziel erfolgreich sein

können, heute und erst recht in Zukunft. Dafür brauchen wir Ihr Mittun. Das Tourismusleitbild und die Nachhaltigkeitsstrategie weisen uns die Richtung, die tatsächliche Umsetzung findet aber in Ihren Betrieben statt. Und genau dafür haben wir diesen Leitfaden für touristische Unternehmen in der Sächsischen Schweiz entwickelt.

Schon wieder ein Leitfaden? Diese Frage scheint berechtigt. Man könnte ja auch einfach anfangen in seinem Unternehmen ein wenig „aufzuräumen“. Aber Sie werden ganz schnell merken, dass man hier ziemlich schnell ziemlich viele Baustellen entdeckt und manchmal den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht. Dieser Leitfaden soll Ihnen helfen, den Überblick zu behalten und gezielt vorzugehen. Dabei ist es ganz Ihnen überlassen, wie weit Sie dabei gehen wollen: Ob Sie die hier aufgeführten Anregungen aufnehmen, für sich interpretieren und nach eigenem Ermessen umsetzen oder sich an unserer Nachhaltigkeitsinitiative beteiligen und sich dabei von professioneller Seite helfen lassen. Wir möchten Sie ermutigen, sich besser jetzt als später mit dem Thema auseinanderzusetzen. Ihr Unternehmen, unsere Region, ja die gesamte Gesellschaft können davon nur profitieren.

IHR TOURISMUSVERBAND SÄCHSISCHE SCHWEIZ



# NACHHALTIGKEIT IM TOURISMUS





# WAS BEDEUTET NACHHALTIGKEIT?

Nachhaltigkeit – ein Begriff mit zahlreichen Auslegungen. Tatsächlich muss wohl jeder sein ganz eigenes Verständnis dafür entwickeln, die Zielrichtung ist im Großen und Ganzen jedoch klar: Es geht um unsere Zukunft. Um die Sicherung der Grundlagen für einen dauerhaften Fortbestand unserer Gesellschaft, eine lebenswerte Welt für künftige Generationen.

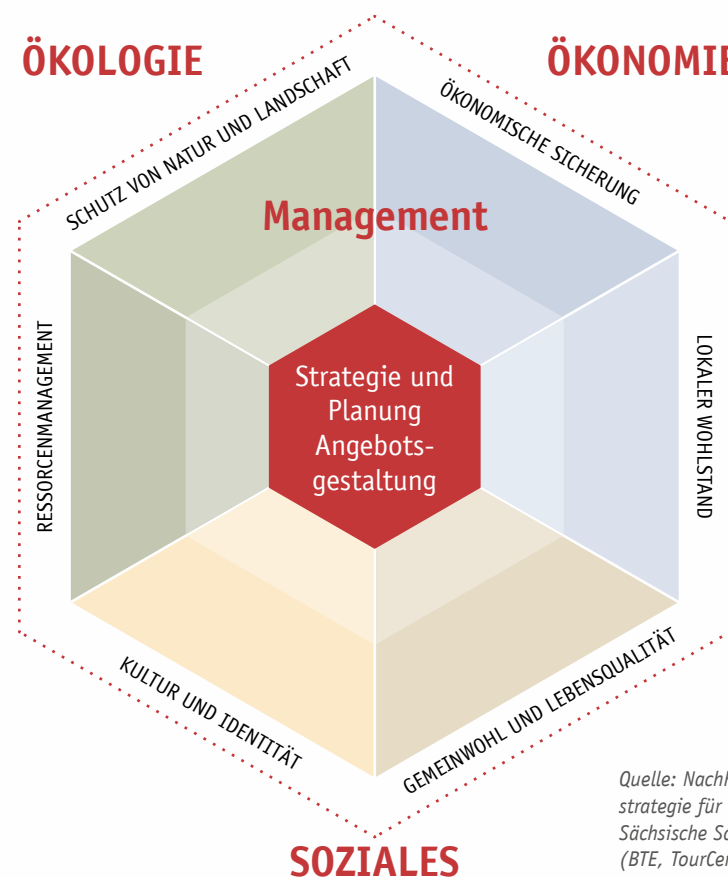
Nachhaltiges Wirtschaften soll einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Welt und ihren Ressourcen gewährleisten. Der Tourismus, als einer der größten Wirtschaftssektoren der Welt, ist dabei ganz besonders in der Pflicht. Denn er treibt den Klimawandel gleichermaßen an, wie er unter ihm leidet.

Das Prinzip des nachhaltigen Tourismus ist aus jahrzehntelanger Entwicklung von Konzepten wie Sanfter Tourismus, Intelligenter Tourismus oder Verantwortungsvoller Tourismus entstanden. Es besagt, dass die Bedürfnisse der Gäste und die der lokalen Bevölkerung mit denen des Natur- und Umweltschutzes verbunden werden. Dabei wird langfristig eine wirtschaftliche und sozial-verträgliche Entwicklung angestrebt. Das klingt ein wenig sperrig, trifft aber genau den Kern. Denn im Tourismus sind intakte Landschaften, eine gesunde Natur, aber auch aufgeschlossene und freundliche Gastgeber existentielle Grundlagen, die es zu erhalten gilt.

*„Warum ich mich für mehr Nachhaltigkeit engagiere? Ich habe vier Enkelkinder und die sollen auch groß werden und auch Enkelkinder haben können!“*

*Barbara Motz, Unternehmerin in Sebnitz*

Nachhaltige Tourismusentwicklung erfordert einen ganzheitlichen Ansatz, ablesbar an den drei klassischen Dimensionen Ökologie, Soziales und Ökonomie. Ergänzt wird dies um eine Management-Ebene, welche die Organisation der drei Dimensionen sichert. Hierfür werden starke Strukturen und Verantwortlichkeiten gebraucht.



Quelle: Nachhaltigkeitsstrategie für die Destination Sächsische Schweiz (BTE, TourCert), 2017

# VORTEILE FÜR IHREN BETRIEB

Große Unternehmen haben die gesellschaftliche Bewegungsrichtung erkannt und übernehmen mehr und mehr Verantwortung. Fragt man jedoch Unternehmer von kleinen und mittelständigen Betrieben, ob Sie bereit sind, in dieses Thema zu investieren, fühlt man oftmals eine gewisse Scheu. Knappere Planung, geringere Finanzspielräume und personelle oder zeitliche Engpässe lassen manchmal keinen Blick auf das Große und Ganze zu und so kommen Fragen auf, wie: „Was bringt mir das?“, „Wollen das meine Gäste überhaupt?“ „Zahlen sich meine Investitionen aus?“ Befürchtungen von ungerechtfertigtem Geld- und Zeitaufwand dominieren und lassen die erstrebenswerten Effekte unbeachtet. Und kaum einer stellt sich die Frage, was es denn kosten wird, sich nicht nachhaltig aufzustellen!

Wir hoffen, dass es uns mit diesem Leitfaden gelingt, den sprichwörtlichen Funken überspringen zu lassen. Den vielfältigen Mehrwert einer nachhaltigen Unternehmensführung, welcher über ideelle Beweggründe hinausgeht, möchten wir jedoch nicht unerwähnt lassen.

*„Wenn auch die Mühlen langsam mahlen, aber sie mahlen stetig – ein Umdenken der Menschen und damit auch eine Änderung des Reiseverhaltens findet statt.“*

*Monika Richter, Unternehmerin in Hinterhermsdorf*

Durch nachhaltiges Wirtschaften können Sie:

- Energie- und Wasserkosten einsparen und damit finanzielle Ressourcen erhöhen.
- die Aufenthaltsqualität Ihrer Gäste erhöhen.
- neue Kundengruppen ansprechen und gewinnen.
- dem steigenden Nachhaltigkeitsbewusstsein der Gesellschaft begegnen.
- durch den Einsatz regionaler Produkte die einheimische Wirtschaft stärken und gleichzeitig die veränderten Erwartungen der Gäste erfüllen.
- die Arbeitsqualität für Ihre Mitarbeiter verbessern.
- Ihr Unternehmen für neue Mitarbeiter interessanter machen (z.B. Generation Y).
- die Qualität Ihres Betriebes und Angebotes analysieren und steigern.
- Ihren Betrieb von Mitbewerbern abheben.
- Ihren Betrieb erfolgreich für die Zukunft aufstellen.

# NACHHALTIGER TOURISMUS IN DER SÄCHSISCHEN SCHWEIZ

Die Sächsisch-Böhmische Schweiz hat eine lange touristische Tradition. Mit ihrer einzigartigen Landschaft lockt sie jährlich Millionen von Menschen an, die hier Natur erleben wollen. Das Wachstum in der Branche ist stabil, betrachtet man Bekanntheitsgrad, Gästeankünfte und Übernachtungszahlen. Die beste Zeit also, über die sich ändernden Rahmenbedingungen nachzudenken und die Weichen für die Zukunft unserer Destination zu stellen. Denn wenn die Sächsische Schweiz als Urlaubsziel weiterhin erfolgreich auf dem Markt agieren will, muss sie mit dem gesellschaftlichen Wandel mitgehen, sich ökologischen wie sozialen Herausforderungen stellen und allem voran die veränderten Bedürfnisse der Urlauber, aber auch die der Bewohner und Arbeitnehmer berücksichtigen.

Wir, der Tourismusverband Sächsische Schweiz, sind schon seit einiger Zeit unserer vorrangigen Marketingaufgabe entwachsen und haben uns als Destinationsmanagementorganisation (DMO) gut aufgestellt. Wir sehen es daher als unsere Aufgabe, uns federführend für eine nachhaltige Tourismusedwicklung zu engagieren und den Nachhaltigkeitsprozess zu koordinieren. Dabei richten wir uns an der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie aus, in der Ziele, Handlungsfelder und Mess-

*„Das Thema Nachhaltigkeit wurde von uns nicht direkt unter diesem Gesichtspunkt in die Planung einbezogen. Ich setze halt das um, was mir persönlich privat auch wichtig ist.“*

*Andre Balogh, Unternehmer in Mittelndorf*

indikatoren festgehalten sind. (nachzulesen unter [verband.saechsischeschweiz.de](http://verband.saechsischeschweiz.de)) Unsere Arbeit stimmen wir mit dem 2018 gegründeten Nachhaltigkeitsrat ab. Dieses Gremium besteht aus Vertretern unterschiedlicher Einrichtungen,

*„Ich denke, unser Nachhaltigkeitsengagement ist durchaus ein Wettbewerbsvorteil. Im Preis-Leistungs-Vergleich bieten wir hier einen Mehrwert!“*

*Annegret Besser, Unternehmerin in Krippen*

welche die Interessen der Bereiche Wirtschaft, Natur und Soziales in unserer Region vertreten. Unser gemeinsames grundlegendes Ziel ist es, die Sächsische

Schweiz als Qualitätsregion zu entwickeln, welche wirtschaftlich langfristig erfolgreich ist, die Landschaft als ihr höchstes touristisches Gut schützt und möglichst viele Menschen in der Region vom Tourismus profitieren lässt.

Nachhaltiger Tourismus in der Sächsisch-Böhmischen Schweiz bedeutet, dass alle erforderlichen Maßnahmen unternommen werden, um die Bevölkerung der Sächsischen Schweiz umfassend an den positiven Effekten des Tourismus teilhaben zu lassen, den touristischen Unternehmen einen sicheren Ausblick für ihre wirtschaftliche Zukunft zu bieten, negative Effekte des Tourismus zu minimieren und den Landschaftsgenuss für Gäste und Einheimische zu bewahren.

### **Natur**

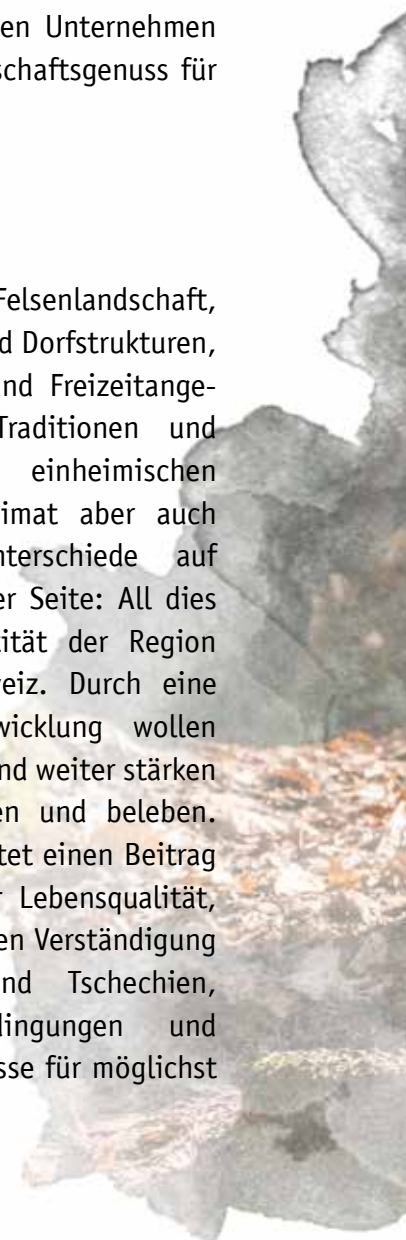
Die einzigartige Natur mit ihren bizarren Felsen und wilden Schluchten ist unser Alleinstellungsmerkmal. Sie zu sehen und zu erleben ist die wichtigste Motivation für Menschen, unsere Region zu besuchen. Durch eine nachhaltige Tourismusedwicklung wollen wir dieses Alleinstellungsmerkmal schützen und bewahren. Umwelt- und Naturschutz ist uns daher eine Selbstverständlichkeit. Nachhaltiger Tourismus zeichnet sich durch aktiven Ressourcenschutz aus, leistet einen Beitrag zum Erhalt und zur Verbesserung der biologischen Vielfalt und unterstützt die Bildungsarbeit des Nationalparks. Die stetige Weiterentwicklung und Vernetzung umweltfreundlicher Mobilitätsangebote ist von großer Bedeutung für den angenehmen Aufenthalt der Gäste.

### **Wirtschaft**

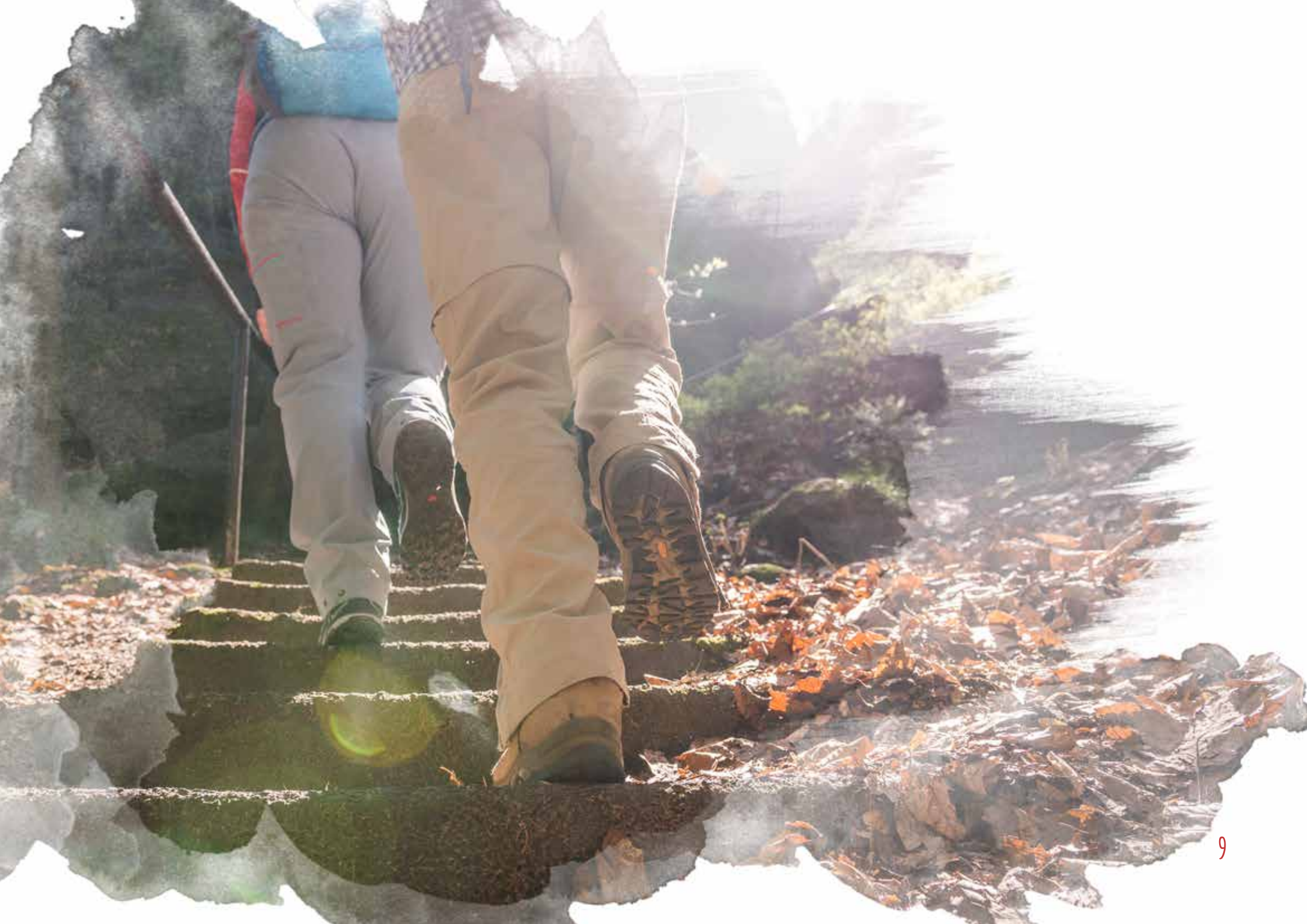
Die Sächsisch-Böhmische Schweiz ist ein traditionelles Reiseziel. Tourismus hat sich im Laufe der Zeit zu einem herausragenden Wirtschaftsfaktor in unserer Region entwickelt. Durch eine nachhaltige Tourismusedwicklung wollen wir mit einer langfristigen Perspektive die Zukunft der touristischen Akteure sichern, attraktive Arbeitsplätze schaffen und halten und die regionalwirtschaftlichen Vernetzungen intensivieren. Dabei liegt der Fokus auf innovativen Prozessen, welche den Wirtschaftssektor Tourismus im Sinne der Nachhaltigkeit positiv verändern können.

### **Menschen**

Die einzigartige Natur- und Felsenlandschaft, die ländliche Architektur und Dorfstrukturen, der Reichtum an Kultur- und Freizeitangeboten, die lebendigen Traditionen und die Verbundenheit der einheimischen Bevölkerung mit ihrer Heimat aber auch die die kulturellen Unterschiede auf deutscher und tschechischer Seite: All dies prägt die kulturelle Identität der Region Sächsisch-Böhmische Schweiz. Durch eine nachhaltige Tourismusedwicklung wollen wir diese Identität achten und weiter stärken sowie Traditionen bewahren und beleben. Nachhaltiger Tourismus leistet einen Beitrag für eine Region mit hoher Lebensqualität, dient der nachbarschaftlichen Verständigung zwischen Deutschland und Tschechien, bietet faire Arbeitsbedingungen und barrierefreie Urlaubserlebnisse für möglichst viele Menschen.







# NACHHALTIGES RESSOURCENMANAGEMENT

## TIPPS

### Einige Sofortmaßnahmen mit geringem Aufwand:

- Fenster und Türen warten und zusätzlich abdichten
- Türschließer montieren
- Wasserdurchfluss limitieren und Warmwassertemperatur senken
- Heizkörper freihalten, reinigen und entlüften
- Nachtabenkung der Heizungsanlage einstellen
- Sonnenschutz an Fenstern anbringen
- Kühlgeräte von Sonneneinstrahlung und Wärmequellen fernhalten
- Regelmäßiges reinigen der Kondensatorlamellen in Kühlgeräten
- Energiesparend kochen
- Lufttemperatur im Wellnessbereich verringern
- Waschtemperatur verringern
- Stark verschmutzte Wäsche separat waschen
- Tageslicht nutzen
- Lampen und Leuchten regelmäßig reinigen
- Bürogeräte bei Nichtgebrauch vom Stromnetz trennen
- Doppelseitig drucken





Einige umweltschonende Maßnahmen sind erfreulicherweise schon fast Standard, so zum Beispiel wassersparende Toilettenspülungen, Mülltrennung oder Bettwäsche und Handtücher nicht täglich auszutauschen. Dies ist nicht zuletzt den gesellschaftlichen Entwicklungen zuzuschreiben, aber natürlich auch steigenden (Neben-)Kosten. Neben den Kosten für das Personal und den Wareneinsatz sind Ausgaben für Energie und Wasser oftmals der drittgrößte Kostenfaktor von Beherbergungsbetrieben. Auch wenn sich die Preise für Strom, Gas und Öl in der letzten Zeit moderat entwickelt haben, bleibt die Tendenz, dass die Kosten für fossile Brennstoffe aufgrund der knapper werdenden Ressourcen weiter steigen werden.

Das Thema Ressourcenmanagement bezieht sich allerdings nicht nur auf den Energie- und Wasserverbrauch, sondern auf alle eingesetzten natürlichen Ressourcen zur Aufrechterhaltung eines touristischen Betriebes. Dazu gehört auch der Umgang mit Papier, Verpackungsmaterialien oder Reinigungsmitteln, die letztendlich aus fossilen und erneuerbaren Ressourcen hergestellt werden. Bewusst sollte auf den effizienten Einsatz dieser Rohstoffe geachtet werden, denn so können gleichsam die anfallenden Abfallprodukte, z.B. Emissionen, Abwasser oder Plastikmüll, reduziert werden.

*„Man muss immer gut abwägen. Man sollte z.B. keine Lampen wegschmeißen und neue kaufen, wenn die alten noch gehen. Die werden auch mit viel Energie hergestellt!“*

*Barbara Motz, Unternehmerin in Sebnitz*

Natürlich steht die Qualität Ihres Betriebes an erster Stelle. Dennoch zeigen viele konkrete Beispiele, dass der effiziente Einsatz von Ressourcen die Kosteneffizienz steigert, ohne die Qualität zu mindern. Dazu zählt ein effizienter Wasserdurchfluss in den Duschen genauso wie der Einsatz moderner LED-Leuchtmittel oder die Nutzung regenerativer Energien wie der Sonnenenergie. Einzelne Vorreiter produzieren beinahe die gesamte Energie, die sie verbrauchen, im Jahresdurchschnitt selbst. Die effizientesten Hotels erreichen einen Anteil von nur ca. 2-3% Energie- und Wasser-/Abwasserkosten am Umsatz. Der Durchschnitt liegt in Deutschland bei 5-6%.

*„Wer heutzutage neu baut oder saniert, sollte die Chance nutzen und nicht nur die Bauweise, sondern auch Energiebedarf und -verbrauch auf nachhaltige Art und Weise planen.“*

*Monika Richter, Unternehmerin in Hinterhermsdorf*

# WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

Das Thema Ressourcenmanagement zieht sich durch alle Bereiche eines Tourismusbetriebes. Daher ist es in großen Betrieben sehr empfehlenswert, dieses ganzheitlich mit Hilfe eines Managementsystems (ISO 14001 oder EMAS) anzugehen. Auf diese Weise erreichen Sie alle Mitarbeiter, die ein wesentlicher Hebel für eine höhere Ressourceneffizienz sind, genauso wie Ihre Gäste und Ihre Lieferanten. Einen vereinfachten Managementsystem-Ansatz bietet die Teilnahme an einem Ökoprofit-Projekt, welches sich für Betriebe aller Größen eignet.

Oftmals bleibt gerade in den kleineren Betrieben neben dem Tagesgeschäft wenig Zeit. Daher empfehlen wir diesen Betrieben als Einstieg eine kompakte und qualifizierte Energieberatung in der Nebensaison, um ihre Energieeffizienz zu bewerten, zu optimieren und so Kosten zu sparen. Neutrale Energieberater bieten Beratungen oftmals mit entsprechender staatlicher Förderung an. In einer solchen Energieberatung werden folgende Schritte durchlaufen:

1. Systematische Erhebung aller Energieverbräuche: Wieviel Energie wird je Bereich (z. B. Küche) bzw. je Verbrauchergruppe (z.B. Beleuchtung) eingesetzt?
2. Bewertung der Energieeffizienz Ihres Betriebs (Benchmarking)
3. Konkrete Empfehlungen inklusive der damit verbundenen Einsparungen sowie einer Wirtschaftlichkeitsbetrachtung in den drei Bereichen:

- Maßnahmen ohne Investitionen (z. B. Optimierung der Lüftung)
- Maßnahmen mit geringen Investitionen und schneller Amortisierung (z. B. Umstellung auf LED-Beleuchtung oder Einbau von Wasserspar-Duschen)
- Strategische Investitionen (z. B. neue Heizungsanlage, Blockheizkraftwerk, Solaranlage, Gebäudedämmung ...)

Der Freistaat Sachsen unterstützt mit der Förderung über die Mittelstandsrichtlinie sächsische Betriebe bei der Einführung eines modernen Umweltmanagements (Mittelstandsrichtlinie, Förderquote 50%). Die Durchführung von qualifizierten Energieberatungen werden vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) gefördert (Richtlinie „Energieberatung Mittelstand“, Förderquote 80%).







# CHECKLISTE

## Prozess:

- Messen Sie regelmäßig Ihren Energie- und Wasserverbrauch und berechnen Sie Ihren spezifischen Verbrauch je Gast und Nacht?
- Kennen und optimieren Sie Ihren Energieverbrauch je Bereich (Küche, Zimmer, Technik, ...) und Ihre Großverbraucher (z.B. Lüftung, Großküchengeräte wie die Spülmaschine)?
- Schulen Sie Ihre Mitarbeiter zum Thema Ressourceneffizienz und vereinbaren Sie klare Standards (z.B. maximal 3 Toiletten-spülungen je Zimmerreinigung)?
- Informieren Sie Ihre Gäste über Möglichkeiten umweltbewussten Verhaltens (z.B. Licht aus, Heizung/Lüftung, Wasserstopp, Handtuchwechsel, ...)?

## Die 12 meist empfohlenen Maßnahmen zum Ressourcenmanagement:

- Reinigen Sie regelmäßig die Kühlaggregate Ihrer Kühlungssysteme?
- Stellen Sie sicher, dass Ihre Wasserarmaturen maximal 4-6 Liter/Minute und Ihre Duschen maximal 8-10 Liter/Minute Wasserdurchfluss haben?
- Stellen Sie auf LED-Beleuchtung um – vor allem in den Bereichen mit längeren Beleuchtungszeiten (z.B. Flure, Küchen, ...)?

- Überprüfen Sie die Effizienzklasse Ihrer Pumpen und ersetzen Sie diese bei Bedarf gegen Hocheffizienzpumpen?
- Überprüfen Sie die Effizienz Ihrer Heizungsanlage und steuern Sie diese im Idealfall bedarfsgerecht und automatisiert abhängig von der Zimmer- oder Raumbelastung?
- Bei Ersatz alter Geräte schaffen Sie neue Elektrogeräte immer mit den Effizienzklassen A++ oder A+++ an? (ab 2020 Energieeffizienzklasse A)
- Lassen Sie Ihre Stromkosten überprüfen und stellen Sie auf Ökostrom um?
- Schließen Sie Ihre Geschirrspüler, wenn technisch möglich, an das Warmwasser an?
- Überprüfen Sie die Laufzeiten Ihrer Lüftungsanlage und schalten Sie diese z.B. nachts ab, sofern sie nicht benötigt wird?
- Nutzen Sie regenerative Energie mit Hilfe von Photovoltaik-anlagen oder thermischen Solaranlagen bzw. Anlagen, die Strom und Wärme gleichzeitig erzeugen, wie z.B. Blockheizkraftwerke?
- Vermeiden Sie Portionsverpackungen (am Buffet und in den Gästebädern) und nutzen Sie, wo immer möglich, Großgebinde?
- Sollten sich Abfälle nicht vermeiden lassen, trennen Sie diese korrekt im Gäste- und Mitarbeiterbereich und stellen Sie eine fachgerechte Sammlung und Entsorgung von Sonderabfällen (Leuchtstoffröhren, Batterien, Farbreste etc.) sicher?

# NACHHALTIGES EINKAUFSMANAGEMENT

Frühkartoffeln vom  
Hof

---

1kg 1,30€



## WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

Ein starker Hebel für mehr Nachhaltigkeit im touristischen Betrieb steckt im Einkauf von Produkten und Dienstleistungen. Wählt der Anbieter hier bewusst Produkte, die in ihrem Lebenszyklus zu mehr Nachhaltigkeit beitragen, kann er über sein Handeln im Betrieb hinaus in den Markt wirken, indem er in diesem Segment für eine größere Nachfrage sorgt. Gleichzeitig kann er sein eigenes Angebot aufwerten. Dabei geht es nicht allein um verträgliche Inhaltstoffe (zum Beispiel bei Reinigungsmitteln) oder Energieeffizienz (etwa bei Elektrogeräten). Es gilt ebenso bei der Auswahl der Lieferanten auf Nachhaltigkeitskriterien zu achten. Die große Herausforderung ist es, durch einen guten Marktüberblick und Produktkenntnisse geeignete Angebote zu finden, die auch mit den übrigen eigenen Anforderungen vereinbar sind.

Die Tourismusbranche als Dienstleistungsbranche benötigt gerade im Hotel- und Gastronomiebereich eine große Vielfalt an Waren – sowohl langlebige (wie das Mobiliar oder Elektrogeräte) als auch Verbrauchsmaterialien (wie Reinigungsmittel oder Energie) oder begrenzt haltbare (wie Lebensmittel).

*„Wir haben uns zwei Schwerpunkte gesetzt. Zum einen das Recycling von alten Baustoffen, die wir in der Region zusammen tragen und dann bei uns wieder verwenden. Zum anderen ist uns das Thema regionale Produkte sehr wichtig, daher sind wir auch schon seit ein paar Jahren NationalparkPartner.“*

*Karen Trepte, Unternehmerin in Rathewalde*

Zunächst geht es darum, die Lieferanten sorgfältig auszuwählen. Einfach ausgedrückt lautet die Faustregel, Waren eher von wenigen Lieferanten mit möglichst geringen Anfahrtswegen zu beziehen, was sowohl Kosten als auch Verwaltungsarbeit spart. Dabei ist darauf zu achten, dass auch die Lieferanten möglichst alle drei Säulen der Nachhaltigkeit in ihrem Unternehmensleitbild verankert haben und konsequent und verlässlich umsetzen. Daher kann es sinnvoll sein, einen Verhaltenskodex für Lieferanten zu verfassen und auch auf dessen Einhaltung zu achten – zum Beispiel in Bezug auf Arbeitsbedingungen, die Sicherheit und den Gesundheitsschutz der Mitarbeiter, Umweltschutz, Ressourcenschonung und ethisches Verhalten, aber natürlich auch die Qualität der Produkte.

Gerade bei Lebensmitteln sollte auf Regionalität, Saisonalität und Produktionsbedingungen geachtet werden. Bei Fleischwaren sollte zum Beispiel ein artgerechter Umgang mit den Tieren sichergestellt sein. Obst und Gemüse sollten nur erworben werden, wenn diese nicht von weit her eingeführt werden müssen.

Aber auch die Entscheidung für Strom aus erneuerbaren Quellen oder Möbel aus heimischen Hölzern bedeutet einen Beitrag zur Nachhaltigkeit. Bei allen Waren gilt: je weniger Verpackungsmüll, desto besser. Für die Orientierung hilft es, bei Lieferanten und Produkten auf Siegel und Zertifikate zu achten, die transparent den Beitrag zur Nachhaltigkeit bestätigen.

Schließlich gehört zu einem nachhaltigen Einkaufsmanagement auch eine ehrliche und transparente Kommunikation an Kunden, Mitarbeiter und andere Interessensgruppen. Diese beinhaltet Informationen über die genaue Herkunft der Produkte, über Lieferanten genauso wie über Inhaltsstoffe.

Natürlich kann kein Betrieb von heute auf morgen seine komplette Lieferkette ändern und nur noch ausschließlich nachhaltig produzierte Waren einkaufen. Doch auch durch eine schrittweise oder teilweise Umsetzung eines nachhaltigen Einkaufsmanagements und dessen transparenter Kommunikation profitiert das Unternehmen von einem positiven Marketingeffekt, qualitativ hochwertigeren Produkten und letztlich auch einer höheren Kundenzufriedenheit.

*„Ich kann nur jedem Unternehmer empfehlen, Ökostrom einzukaufen und das dem Gast publik zu machen. Der ist wirklich nicht viel teurer als der Standardtarif und die Außenwirkung ist beachtlich.“*

*Monika Richter, Unternehmerin in Hinterhermsdorf*

*„Meine Einkäufe bei regionalen Produzenten helfen mir, Verpackungsabfälle zu reduzieren. So ist z.B. der Käse in Papier eingeschlagen oder das Eis nicht in Plastikbehältern, sondern in wiederverwendbaren Edelstahlbehältnissen verpackt. Regional einkaufen verringert die Verpackungsabfälle, die Verkehrsbelastung durch LKWs und fördert die wirtschaftliche Entwicklung unserer Region.“*

*Marcus Ziegler, Unternehmer in Königstein*







## CHECKLISTE

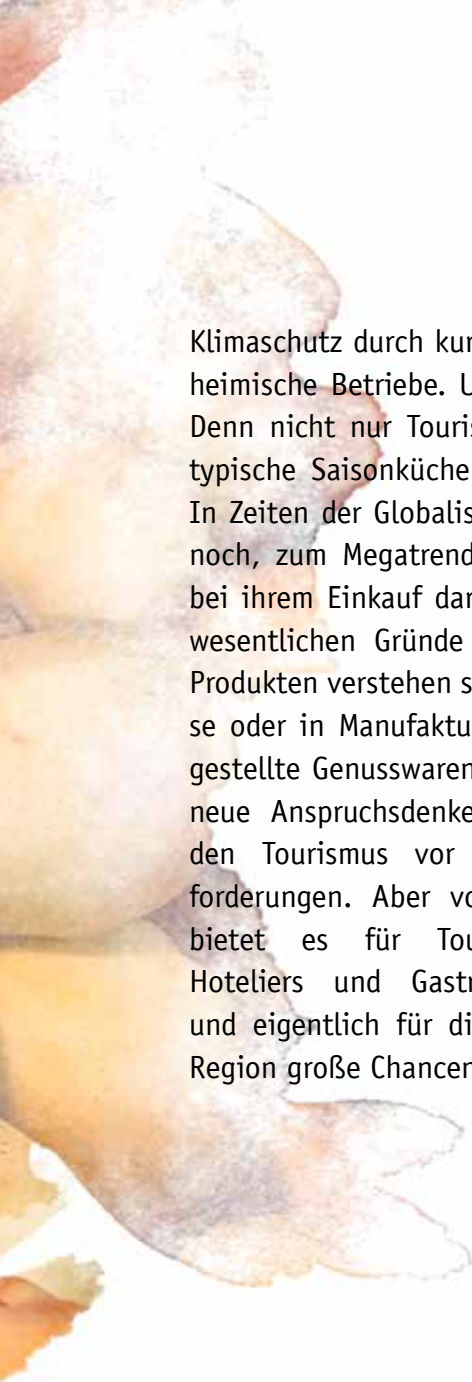
- Gibt es in Ihrem Unternehmen ein Konzept zum nachhaltigen Einkauf?
- Achten Sie auf möglichst wenig und umweltschonende Verpackungen?
- Gibt es in Ihrem Unternehmen einen Verhaltenskodex für Lieferanten (Arbeitsbedingungen, Ethik, Umweltschutz etc.)?
- Bieten Sie Ihren Kunden und Mitarbeitern transparente Informationen über die Herkunft Ihrer Produkte?
- Falls ja: Kontrollieren Sie auch, ob dieser eingehalten wird?
- Bevorzugen Sie ökologisch angebaute Lebensmittel?
- Bevorzugen Sie beim Einkauf zertifizierte Produkte (Möbel, Papier, Textilien, Lebensmittel, Kosmetik etc.)?
- Bevorzugen Sie Händler und Lieferanten aus der Region?
- Achten Sie beim Einkauf auf regionale und saisonale Lebensmittel?
- Verwenden Sie wiederverwendbare Transportboxen oder Taschen?



# REGIONALE PRODUKTE

A close-up photograph of a large quantity of fresh apples packed in a white paper bag. The apples are in various stages of ripeness, showing a mix of colors including bright red, golden yellow, and pale green. The lighting is bright, highlighting the natural texture and sheen of the fruit's skin. The apples are piled together, filling most of the frame.





Klimaschutz durch kurze Wege, Qualität durch Frische, Einkommen für heimische Betriebe. Und das Beste: Der Gast verlangt sogar danach! Denn nicht nur Touristen legen zunehmend Wert auf eine regional-typische Saisonküche mit frischen Zutaten aus ihrer Urlaubsregion. In Zeiten der Globalisierung ist Regionalität zum Gegenteil – mehr noch, zum Megatrend – geworden. Immer mehr Verbraucher achten bei ihrem Einkauf darauf, ob Produkte aus der Region stammen. Die wesentlichen Gründe haben wir bereits genannt. Unter regionalen Produkten verstehen sie dabei vor allem landwirtschaftliche Erzeugnisse oder in Manufakturen hergestellte Genusswaren. Dieses neue Anspruchsdenken stellt den Tourismus vor Herausforderungen. Aber vor allem bietet es für Touristiker, Hoteliers und Gastronomen und eigentlich für die ganze Region große Chancen.

*„In den Sachen im Supermarkt ist doch nicht mehr das drin was drauf steht! Bei den regionalen Produkten kann man das viel besser nachvollziehen. Und es schmeckt auch besser! Ich merke das auch an den Reaktionen der Hotelgäste. Die können sich zum Beispiel für die Kartoffeln von unserem regionalen Lieferanten regelrecht begeistern.“*

*Barbara Motz, Unternehmerin in Sebnitz*

## GENUSS AUF SÄCHSISCH

Immer mehr Urlauber wollen auf ihren Reisen ihr Urlaubsziel auch erschmecken. Sachsen hat da natürlich so einiges zu bieten: Vom Meißner Wein, über den Dresdner Christstollen® und Pulsnitzer Pfefferkuchen bis hin zum Sächsischen Sauerbraten oder dem Krautwickel – es eröffnet sich eine breite Palette an kulinarischen Möglichkeiten. Die regionale Küche der Sächsischen Schweiz stellt durch ihre Nähe zu den böhmischen Nachbarn eine besonders geschmackvolle Facette der Sächsischen Küche dar. Dies sollten Köche nutzen, um der Region einen unverwechselbaren Geschmack zu verleihen.

Wenn die regional-typischen Gerichte dann auch noch mit regionalen Erzeugnissen hergestellt werden, ist der geneigte Gast hochzufrieden. Einen umfangreichen Überblick über sächsische Erzeugnisse bzw. Spezialitäten und wo diese zu bekommen sind, erhalten Sie auf dem Verbraucherportal [www.regionales.sachsen.de](http://www.regionales.sachsen.de). Noch konkreter ist die Konzentration auf das direkte Einzugsgebiet. Hier bietet das Portal [www.gutes-von-hier.org](http://www.gutes-von-hier.org) einen umfassenden Überblick.



# WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

Nichts eignet sich besser als Einstieg in eine nachhaltige Unternehmensführung als der Einsatz regionaler Produkte. Dafür müssen Sie sich zunächst einen Überblick verschaffen, welche Produkte in Ihrem Umkreis angebaut bzw. hergestellt werden. Besonders hilfreich sind hier die bereits erwähnten Verbraucherportale. Entscheiden Sie dann aus Überzeugung für sich und Ihre Gäste, welche Produkte Sie einsetzen oder sogar in Szene setzen wollen. Denn nur wenn Sie und Ihre Mitarbeiter hinter der Wahl stehen, können Sie die Gerichte auch zu ihrem Preis an den Gast bringen. Nutzen Sie das Marketingpotential regionaler Produkte, denn nur hier bringen die Zutaten Ihrer Gerichte ihre eigene Geschichte mit. Ihre Gäste wird es freuen!



## CHECKLISTE

- Verarbeiten Sie in der Küche regionale Produkte?
- Haben Sie eine feste Partnerschaft mit Ihren regionalen Lieferanten aufgebaut?
- Weisen Sie auf einer Tafel oder in der Speisekarte auf Ihre regionalen Lieferanten hin?
- Stellen Sie Ihre regionalen Lieferanten in der Speisekarte, z.B. in kurzen Porträttexten mit Foto, vor?

- Bieten Sie je nach Saison spezielle Gerichte oder Sonderkarten an?
- Laden Sie gemeinsam mit regionalen Produzenten zu kulinarischen Veranstaltungen ein?
- Haben Sie sich einem Netzwerk zur Förderung der regionalen Wirtschaft oder regionaler Spezialitäten angeschlossen?
- Gehen Sie gezielt auf die Suche nach neuen regionalen Lieferanten und Produkten?
- Verarbeiten Sie in der Küche ganze Tiere?
- Nutzen Sie die Möglichkeit, Kräuter, Obst und/oder Gemüse selbst anzubauen?



Der Verein Landschaft(f)t Zukunft e.V. entwickelte ein Netzwerk, um regionale Produkte und ihre Abnehmer leichter zusammen zu bringen. Das Ergebnis kann auch Ihre Küche neu inspirieren. Haben Sie denn zum Beispiel gewusst, dass bei Stolpen Safran, das teuerste Gewürz der Welt, angebaut wird? Es ist Ihre Entscheidung, welches der Produkte Sie in Szene setzen. Klar ist jedoch, dass es den unverwechselbaren Geschmack einer Region nur mit regionalen Produkten geben kann, alles andere ist nicht authentisch und glaubhaft. Suchen und finden Sie Ihre Produkte auf dem Vermarktungsportal der Initiative, Sie werden von der Vielfalt der Erzeugnisse überrascht sein!

## KRAUTWICKEL – EIN BISSCHEN URSPRUNG, EIN BISSCHEN MARKETING

Krautwickel, Kohlroulade, Kohlrolle, Krautwurst: Der herzhafteste Klassiker, der so gut in die kalte Jahreszeit passt, hat viele Namen. Für Krautwickel-Gourmets ist die Sächsische Schweiz zu einem kleinen Schlaraffenland geworden. Denn hier wird die heimatische Spezialität in zahlreichen raffinierten Varianten kredenzt. Ein einzelnes Gericht wird werbewirksam in Szene gesetzt und kann sehr gut für das Tourismusmarketing genutzt werden. Traditionell besteht der Krautwickel aus einer herzhaften Hackfleischfüllung, ummantelt mit gegartem Weißkohl. Um dem Rezept den modernen Pfiff zu verleihen, verwenden die

Köche in der Sächsischen Schweiz Rotkohl statt Weißkohl oder variieren die Füllung. Und so wird neben dem klassischen Krautwickel gern auch mal eine vegetarische Variante serviert. Machen Sie mit, probieren Sie es aus und setzen Sie den Krautwickel auch auf Ihre Speisekarte! Die Zutaten für die Krautwickel sollten natürlich weitestgehend aus der Region kommen.

## KULINARISCHE EVENTS

Regionale Produkte lassen sich hervorragend für Themenwochen oder Veranstaltungen verwenden. Jedes Jahr im Spätherbst finden z.B. die Kulinarischen Wochen statt, die vom DEHOGA Regionalverband Sächsische Schweiz e.V. organisiert werden. Dabei spielen Zutaten von regionalen Produzenten natürlich die Hauptrolle. Auf den Speisekarten der teilnehmenden Restaurants finden die Gäste mindestens drei verschiedene regionaltypische Gerichte.

Oder kreieren Sie einfach Ihr eigenes Event! Machen Sie ein spezielles Gemüse der Saison zum Star Ihrer Speisekarte oder thematisieren Sie den Schlachtetag vom regionalen Fleischer. Das Gute daran ist, dass jedes der regionalen Produkte seine Geschichte mitbringt, die nur darauf wartet, gut erzählt zu werden. Stimmen Sie sich bei Ihrer Auswahl gut mit Ihrer Küche ab und lassen Sie die Köche ruhig einmal experimentieren. Solche Herausforderungen motivieren und bringen neuen Schwung in die Küche. Ihre Gäste werden es zu schätzen wissen!

# NACHHALTIGES PERSONALMANAGEMENT





„Warum soll ich mich um Nachhaltigkeit kümmern, wenn meine größte Sorge der Personalmangel ist?“ Diese Frage kennt eigentlich nur eine Antwort: „Genau weil Ihre größte Sorge der Personalmangel ist, sollten Sie sich um Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen kümmern!“ Fachkräfte fehlen besonders im Gastgewerbe an allen Ecken und Enden. Ein Unternehmen ist also gut beraten, sein angestelltes Personal gut zu behandeln und sich mit attraktiven Konditionen für neue Mitarbeiter interessant zu machen.

Für eine erfolgreiche Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen in Ihrem Unternehmen ist es unerlässlich, dass alle Angestellten an einem Strang ziehen und voll und ganz hinter der nachhaltigen Ausrichtung Ihres Unternehmens stehen. Ohne diese Einbindung des Personals, sind die ganzen Bemühungen, Ihr Unternehmen nachhaltig auszurichten, nicht mehr als PR. Das grundlegende Ziel eines nachhaltigen Personalmanagements ist es, den Erfolg des Unternehmens langfristig zu sichern, was vor allem mit motivierten, gesunden und dadurch produktiven Mitarbeitern gelingt. Nachhaltigkeit im Personalmanagement heißt vor allem, dass Mitarbeiter als Erfolgsfaktor betrachtet, fair behandelt und wertgeschätzt werden. Denn zufriedene Mitarbeiter bedeuten zufriedene Kunden.

Die Arbeitsbedingungen in der Tourismusbranche haben sich in den

*„Ich motiviere meine Mitarbeiter, indem ich Sie überwiegend eigene Entscheidungen treffen lasse. Dazu gehört es auch Fehler zu machen und daraus zu lernen.“*

*Sven-Erik Hitzer, Unternehmer in Schmilka*

letzten Jahren stark gewandelt. Um gutes Personal langfristig zu binden, bieten viele Betriebe heute mehr als nur den Mindestlohn und die Einhaltung der gesetzlichen Arbeitszeitregelung. Trotzdem ist das Image der Branche in Bezug auf die Arbeitsbedingungen negativ geprägt. Dies schreckt viele potenzielle Nachwuchskräfte ab. Ein faires, nachhaltiges Personalmanagement hilft, dieses Bild zu ändern und die Arbeitgeberattraktivität zu steigern.

## WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

**Work-Life-Balance** zielt auf ein Gleichgewicht zwischen Arbeitszeit und Privatleben ab, da für das Wohlbefinden der Mitarbeiter auch Zeit für Familie, Sport oder Muße maßgeblich ist. Zu den Maßnahmen zählen etwa flexible Arbeitszeitmodelle, Mitsprache beim Erstellen der Dienstpläne und die Möglichkeit, durch Zeitwertkonten Überstunden in Freizeit auszugleichen. Vor allem für Angestellte mit Kindern ist es wichtig, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu erleichtern.

**Personalentwicklung** beinhaltet unter anderem, dass Angestellte angemessen und fair entlohnt werden und – soweit möglich – Aufstiegschancen erhalten. Außerdem ist es für die persönliche Entwicklung der Mitarbeiter wichtig, durch Schulungen und Weiterbildungsangebote die eigene Qualifikation fortlaufend ausbauen zu können. Weiterbildung ist hier keine Belohnung, sondern ein laufend begleitendes Programm

für alle Mitarbeiter, egal welchen Alters. Das steigert nicht nur die fachlichen Kompetenzen, sondern auch das Selbstwertgefühl und die Motivation der Mitarbeiter.

In regelmäßigen Abständen sollten mit allen Angestellten Gespräche geführt werden, in denen sie neben Leistungsrückmeldungen auch die Gelegenheit erhalten, Probleme oder Kritik offen anzusprechen.

**Gesundheitsmanagement** bezieht sich auf Arbeitssicherheit und die Vorbeugung von gesundheitlichen Einschränkungen und Krankheiten. Gerade im Gastgewerbe ist die Arbeitsbelastung durch Schichtarbeit und personelle Unterbesetzung oft hoch. Gemeinsamer Sport oder vergünstigte Mitgliedschaften in Fitnessstudios können das Wohlbefinden steigern und die Gesundheit fördern. Betriebe mit hauseigenem Fitness-/Wellnessbereich können Mitarbeitern die kostenfreie Nutzung in ihrer Freizeit anbieten.

*„Wir sind ein junges Team, das zusammen an einem Strang zieht! Familienfreundliche Arbeitszeiten bis 18 Uhr, freie Tage am Wochenende und Urlaub in den Ferien, was nicht selbstverständlich ist im Tourismus/ Gastrobereich. Und natürlich mich als „ausgeglichenen“ Chef, der seine Mitarbeiter nach ihren individuellen Stärken fördert und Verantwortung abgibt, was meine Mitarbeiter gerne annehmen. Das fördert und fordert.“*

*Karen Trepte, Unternehmerin in Rathewalde*

**Diversity Management** steht für personelle Vielfalt im Unternehmen und die Chancengleichheit aller Angestellten, etwa die Möglichkeit, Menschen mit Behinderung zu beschäftigen. Aber auch die Gleichbehandlung aller Mitarbeiter, unabhängig von Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Ethnie, sind zentrale Themen, die das Wohlbefinden und die Identifikation mit dem Unternehmen stützen.







# CHECKLISTE

- Gibt es in Ihrem Unternehmen ein Konzept zum nachhaltigen Personalmanagement?
- Beschäftigen Sie Menschen mit geistigen oder körperlichen Behinderungen?
- Gehen die Führungskräfte Ihres Betriebes mit gutem Beispiel voran, wenn es um die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen geht?
- Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter in Entscheidungen ein und schaffen Sie Mitbestimmungsmöglichkeiten?
- Geben Sie Ihren Mitarbeitern eigene Entscheidungsspielräume?
- Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter Verbesserungsvorschläge einzubringen?
- Geben Sie Ihren Mitarbeitern in regelmäßigen Gesprächen Feedback?
- Sind die Vorgesetzten offen für Kritik seitens der Mitarbeiter?
- Gibt es Maßnahmen, um die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter zu fördern?
- Bieten Sie Ihren Mitarbeitern feste Verträge an und nicht nur Saisonarbeit?

- Werden Dienstpläne frühzeitig kommuniziert und eingehalten?
- Bieten Sie Ihren Mitarbeitern Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten?
- Ermöglichen Sie Ihren Mitarbeitern die Nutzung der Weiterbildungsangebote des TVSSW (Veranstaltungen der Weiterbildungsinitiative Tourismus Profis, Nutzung des Weiterbildungspasses, ...)?
- Achten Sie bei Dienstplänen und Arbeitszeitmodellen auf die persönlichen Wünsche und Bedürfnisse Ihrer Mitarbeiter?
- Bieten Sie Ausbildungsplätze an?
- Streben sie für Auszubildende eine Festanstellung über die Ausbildungszeit hinaus an?
- Entspricht der Anteil der Frauen und Männer in Führungspositionen dem jeweiligen Anteil an allen Mitarbeitern?
- Bieten Sie Ihren Mitarbeitern übertarifliche Gehälter und Aufstiegsmöglichkeiten?
- Bezuschusst oder finanziert der Betrieb die Kosten der Kinderbetreuung?

# MOBILITÄT





## WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

Sanfte Mobilität ist ein ganz klarer Wettbewerbsvorteil. Sich hier zu profilieren eröffnet die Chance, sich neue Kundengruppen zu erschließen. Denn die Zahl der Großstädter, die kein eigenes Auto besitzt, wächst beständig. Außerdem lassen Gäste gern ihr Auto stehen, wenn die alternativen Angebote am Urlaubsort attraktiv und an die Bedürfnisse der Gäste angepasst sind. Die Sächsische Schweiz ist im Bereich

Sanfte Mobilität im Vergleich zu anderen Destinationen besonders gut aufgestellt. Bereits seit vielen Jahren arbeitet ein Netzwerk von unterschiedlichen Akteursgruppen an der stetigen Weiterentwicklung umweltfreundlicher Fortbewegung. Mit Erfolg! 2017 erhielt die Sächsische Schweiz beim Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland einen Sonderpreis in der Kategorie Nachhaltige Mobilität. Von Wanderbus bis Nationalparkbahnhof, von Kirnitzschtalbahnhof bis E-Bike-Verleih – nutzen Sie die hervorragenden Mobilitätsangebote der Sächsischen Schweiz zu Ihrem Vorteil!

*„Wir bieten unseren Gästen mit unserem Hotelticket kostenfreie Mobilität in der gesamten Region. Das wird von den Gästen sehr gut aufgenommen. Einige sind bei Anreise positiv überrascht, da sie vorab nichts darüber wussten – andere Gäste entscheiden sich bewusst für unser Haus aufgrund dieses Angebotes.“*

*Annegret Besser, Unternehmerin in Krippen*

Wenn Sie mit Ihrem Unternehmen die Stärke unserer Region nutzen wollen, sollten Sie zunächst einmal die Perspektive wechseln. Erst wenn Sie die Notwendigkeiten eines Verkehrsteilnehmers ohne eigenen PKW erkennen, können Sie ein gästefreundliches Angebot gestalten. Nachhaltige Mobilität im Urlaub bezieht sich dabei sowohl auf die An- und Abreise als auch auf die Mobilität vor Ort.

Für eine umweltfreundliche An- und Abreise in der Sächsischen Schweiz empfehlen Sie Ihren Gästen die Öffentlichen Verkehrsmittel. Da die S-Bahn-Linie als Anschluss von Dresden gleichzeitig die Hauptverkehrsader der Region darstellt, können Bus und Bahn bedenkenlos angepriesen werden. Die berühmte letzte Meile muss jedoch auch beachtet werden. Dafür sollten Sie klare Empfehlungen zur Weiterreise und/oder einen Abholservice von Bahn und Bus anbieten. Damit die An- und Abreise Ihrer Gäste möglichst bequem verläuft, machen Sie sich auch Gedanken zur Gepäcklogistik. Stellen Sie ausreichend Informationen auf Ihrer eigenen Webseite zur Verfügung und bauen Sie dort ebenfalls den Anfahrtsplaner der Deutschen Bahn ein. Die Abholung der Gäste von Bahn und Bus können Sie im eigenen Haus regeln, eine Absprache und Koordination mit benachbarten Betrieben kann jedoch auch von Vorteil sein.

Gäste entscheiden sich viel eher für eine Anreise mit dem ÖPNV, wenn Sie wissen, dass sie problemlos und uneingeschränkt vor Ort mobil sein können. Zeigen Sie also Ihren Gästen, wie einfach es ist, innerhalb der Region von A nach B zu kommen. Dazu sollten Sie sich natürlich gut auskennen, um die Gäste kompetent beraten zu können.

Befassen Sie sich mit dem umfassenden ÖPNV-Angebot in der Region, nehmen Sie und Ihre Mitarbeiter an Weiterbildungsveranstaltungen des TVSSW, des Nationalparks sowie der Verkehrsträger teil. Ebenso sollten Sie über die Standorte der E-Tankstellen, aber auch der Verleihstationen von Rädern, E-Bikes und E-Autos Bescheid wissen. Machen Sie es Ihren Gästen einfach und stellen Sie Ihnen Wander- und Freizeitvorschläge mit der entsprechenden Anbindung zur Verfügung. Ihre Gäste werden es dankbar entgegen nehmen und Sie sparen Zeit und Aufwand.

Erst wenn Sie selbst davon überzeugt sind, dass es kein Problem darstellt, die Sächsische Schweiz ohne Auto zu erkunden, werden Sie es auch Ihren Mitarbeitern und Ihren Gästen glaubhaft vermitteln können. Spätestens jedoch zur Einführung der regionalen Gästekarte, welche eine kostenfreie Nutzung des regionalen ÖPNV ermöglicht, werden Sie sich mit dem Thema auseinandersetzen müssen. Das wird Ihnen jedoch nicht schwerfallen, denn das kundenfreundliche und ausgezeichnet vernetzte ÖPNV-Angebot für Urlauber und Tagesgäste in der Sächsischen Schweiz wurde bereits mehrfach ausgezeichnet.

*„Im Moment bieten wir unseren Gästen auf den gesamten Übernachtungspreis 5% Öko-Rabatt, wenn Sie mit dem ÖPNV anreisen. Und hoffentlich kommt bald die kostenfreie Mobilität mit der Gästekarte, dann haben hier alle einen richtig guten Mehrwert zu bieten!“*

*Monika Richter, Unternehmerin in Hinterhermsdorf*



## CHECKLISTE

- Informieren Sie auf Ihrer Webseite an erster Stelle über die Anreise mit Bus und Bahn?
- Haben Sie den Anfahrtsplaner auf Ihrer Webseite installiert?
- Bieten Sie für Gäste einen Abholservice vom Bahnhof bzw. der Bushaltestelle an?
- Kennen Sie das gesamte sanfte Mobilitätsangebot der Sächsischen-Böhmischen Schweiz?
- Informieren Sie auf Ihrer Webseite über Mobilitätsangebote vor Ort?
- Halten Sie ausreichend Informationsmaterial zum Thema Mobilität vor Ort für Ihre Gäste bereit (Fahrpläne, Fahrplan Sächsisch-Böhmische Schweiz (Wanderfahrplan), jährliche Mobilitäts-Sonderausgabe SandsteinSchweizer, ...)?
- Sind Ihre Mitarbeiter ausreichend informiert und geschult, um Ihre Gäste kompetent und überzeugend zur sanften Mobilität vor Ort beraten zu können?
- Halten Sie für Ihre Gäste Wander-, Radfahr- und andere Freizeitvorschläge mit jeweiliger Anbindung durch den ÖPNV bereit?
- Kennen Sie das VVO-Tarifsystem mit seinen Zonen und können Sie Hinweise zu den verschiedenen Fahrkarten geben?





Nationalpark-Bahnhof  
ad Schandau

# ERFOLGREICHE KOMMUNIKATION

## Waldarchen Menü

\* Die Prinzessin auf der Erbsen  
Grüne Erbsensuppe | Croutons | Speckschraun 4,00€

\* Der Fischer und seine Frau  
Heilbutt filet | Curry-Linsen | Birne | 14,50€

Menü  
25€

\*  
Graumaisrisotto  
und Gremolata  
6,50€



## WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

Die Nachfrage nach nachhaltigem Reisen steigt beständig, ebenso wie der Marktanteil nachhaltigen Konsums (wie regionale Produkte und Bio-Lebensmittel). Laut Marktforschungsergebnissen von 2014 möchten gern 49% der Bevölkerung ökologisch verträglich und 56% sozial verträglich reisen (Quelle: FUR Reiseanalyse 2014). Hier ist natürlich eine wesentliche Einordnung notwendig. Denn nur ein kleiner Teil schaut sich in erster Linie nach nachhaltigen Angeboten um. Motive wie Natur erleben, Entspannen oder Sonne und Strand bleiben auch weiterhin grundlegend für die Auswahl. Wer dann jedoch mit nachhaltigen Leistungen punkten kann, setzt sich von den Mitbewerbern ab und beeinflusst die Entscheidung zu seinen Gunsten. Denn die Reisenden würden sich bei vergleichbaren Angeboten für das engagierte Unternehmen entscheiden. Warum auch nicht, wenn man so ganz nebenbei etwas Gutes tun kann. Momentan gibt es jedoch eine große Hürde: Viele beklagen das Fehlen geeigneter Angebote und Schwierigkeiten beim Finden derselben. Umso wichtiger ist es, die Kommunikation und Vermarktung professionell anzugehen. Denn wer nicht gefunden wird, wird nicht gebucht.

*“Wir weisen von der Internetseite bis hin zum Wohnungsordner auf allen Kommunikationswegen auf unser Engagement hin. Ich glaube, dass man im Allgemeinen eher als „Überzeugungstäter“ einen Effekt erzielen kann, als mit dem erhobenen Zeigefinger.“*

*Monika Richter,  
Unternehmerin in Hinterhermsdorf*

Wenn Sie sich dazu entscheiden, sich zu positionieren und Ihr Angebot nachhaltiger auszurichten, sollten Sie definitiv auch darüber reden. Zeigen Sie Ihren Gästen, was Ihnen wichtig ist und beachten Sie bei allem, authentisch, transparent und glaubwürdig zu kommunizieren. Sollten Sie sich als Einsteiger erst einmal für einen Nachhaltigkeitsbereich, z.B. den Einsatz regionaler Produkte oder die Nutzung regenerativer Energien, entscheiden, dann erzählen Sie das Ihren Gästen auch. Für die große Werbetrommel ist es jedoch nicht geeignet, da Sie noch Bereiche in Ihrem Unternehmen haben, in denen Sie nicht nachhaltig agieren. Schnell kommt man dann in Verdacht, seinem Unternehmen ein grünes Mäntelchen überzuziehen und als „Greenwasher“ nur so zu tun als ob.

Lassen Sie sich jedoch nicht davon abhalten, Ihr Engagement zu kommunizieren. Um glaubwürdig zu sein, sollten Sie dabei aber eben nicht nur frohe Botschaften verkünden, sondern auch Herausforderungen und Problemlagen offen zur Sprache bringen. Die schreiben Sie natürlich nicht auf ein Werbeplakat, aber Sie sollten in geeigneter Weise Erwähnung und natürlich vor allem auch Beachtung finden. Thematisieren Sie zum Beispiel den Prozess, wie aus Ihrem Betrieb ein nachhaltiges Unternehmen werden soll. Dies alles eignet sich hervorragend für „Storytelling“. Mit dieser Methode werden Informationen über Geschichten vermittelt. Geschichten ermöglichen eine emotionale Ansprache und Dialog und werden heute erfolgreich im Marketing eingesetzt.

Den großen Werbefeldzug können Sie dann wagen, wenn Sie sich bereits eine Weile mit dem Thema beschäftigen und Ihr Unternehmen in allen Bereichen nachhaltig ausgerichtet ist. Dann empfiehlt sich vor allem eine externe Zertifizierung mit einem bekannten Umweltmanagement- oder Nachhaltigkeitslabel. Nun sollte im besten Fall ein Kommunikationskonzept erstellt werden, welches den Fokus auf Nachhaltigkeit legt und systematisch alle Kundenkontakte von der Buchung, über die

*„Der Gesamteindruck muss für den Gast stimmen und muss glaubwürdig und „aus einem Guss“ sein. Nur einem Trend ohne persönliches Herzblut hinterher zu springen, ergibt kaum Sinn.“*

*Monika Richter,  
Unternehmerin in Hinterhermsdorf*

Ankunft, den Aufenthalt im Zimmer, das Angebot an Speisen und Getränken, die Ausflugs- und Mobilitätsangebote bis zur Abreise und der Nachbetreuung mit dem Nachhaltigkeitsthema auflädt. Wenn Ihnen die eigene Kommunikation und Vermarktung als nachhaltiges Unternehmen zu aufwendig erscheint, können Sie sich auch einer Marketingkooperation oder entsprechenden Online-Plattformen anschließen. Dafür gibt es zahlreiche Beispiele wie GreenLine Hotels, BIO Hotels oder Green Pearls.

## TIPPS

- Nachhaltigkeit eignet sich hervorragend, um sein Unternehmen klar zu positionieren. Klare Positionierungen verhelfen zu einem festen Platz am Markt.
- Finden Sie für sich ein individuelles Bild der Nachhaltigkeit, welches zu Ihrem Unternehmen passt und glaubwürdig ist! (es muss nicht immer der obligatorische Apfel oder die glückliche Familie am Holztisch sein).
- Begeistern Sie mit Kleinigkeiten.
- Überraschen Sie mit unerwarteten Qualitäten.
- Stellen Sie den konkreten Nutzen für Ihren Gast heraus, erzeugen Sie einen Mehrwert (auch wenn es „nur“ der Beitrag für eine bessere Welt für unsere Kinder ist).
- Falls nicht nur Vorteile, sondern auch Nachteile mit ihren Maßnahmen einhergehen (z.B. Elektrofahrzeuge) benennen und entkräften Sie diese.
- Nutzen Sie eine emotionale Ansprache und halten Sie Zahlen nur auf Nachfrage für interessierte Gäste bereit.
- Weisen Sie auf nachhaltige Einkaufsmöglichkeiten, wie z.B. Hofläden und Bioläden in Ihrer Nähe, hin.
- Begeistern Sie Ihre Gäste, aber belehren Sie sie nicht.
- Kommunizieren Sie selbstbewusst und mit Überzeugung.
- Nutzen Sie vorhandene Zertifizierungen für die Unterstreichung Ihrer Glaubwürdigkeit.





# CHECKLISTE

- Haben Sie ein systematisches Kommunikationskonzept mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit, bei dem Sie alle wichtigen Kundenkontaktpunkte berücksichtigen?
- Kommunizieren Sie Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten online (Webseite, Facebook etc.) und offline (Broschüren, Hinweise im Zimmer, am Buffet, ...)?
- Kommunizieren Sie aktiv Ihre erreichten Erfolge im Bereich Nachhaltigkeit (z. B. Nutzung von Ökostrom, eigene Solaranlage, erreichte Minderung des Energie- und Wasserverbrauchs, ...)?
- Haben Sie eine eigene Nachhaltigkeitspolitik oder entsprechende Leitsätze formuliert und mit Ihrem Team abgestimmt? Wird diese öffentlich kommuniziert?
- Kommunizieren Sie aktiv regionale Speisen und Getränke oder vegetarische/vegane Gerichte in Ihrer Speisekarte bzw. auf dem Buffet?
- Gibt es in Ihrem Betrieb eine zentrale Stelle, an der Sie aktiv Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten und gegebenenfalls Ihre Auszeichnungen kommunizieren (Grüne Infotafel, Rezeption, Lobby, ...)?

- Beteiligen Sie Ihre Gäste aktiv an der Wahl und dem Zeitpunkt des Handtuch- und Bettwäschewechsels?
- Binden Sie aktiv Mitarbeiter, Gäste und Lieferanten in Ihre Kommunikation nachhaltiger Aktivitäten und Angebote mit ein?
- Organisieren Sie spezielle Events für Gäste und Mitarbeiter mit dem Thema Nachhaltigkeit (Beispiele: Führung hinter die Kulissen, Weltumwelttag, Besuch von Lieferanten, ...)?
- Thematisieren Sie Nachhaltigkeitsthemen und deren Kommunikation in Ihren Management-Teamrunden?
- Kommunizieren Sie Ihr Nachhaltigkeitsengagement in Stellenausschreibungen, wenn Sie neues Personal suchen?
- Beteiligen Sie sich an Wettbewerben, bei denen nachhaltige Betriebe ausgezeichnet werden?
- Kommunizieren Sie Ihre nachhaltigen Angebote an den TVSSW?
- Nutzen Sie auch Kommunikationsmöglichkeiten innerhalb der Region, um Einwohner und Partner über Ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten zu informieren?

# DIE NACHHALTIGKEITSINITIATIVE DES TVSSW — JETZT DABEI SEIN!



# FÜR EINSTEIGER

Sie haben Interesse daran, mit Ihrem Unternehmen in das Thema Nachhaltigkeit einzusteigen? Egal, ob Ihre derzeitige Motivation finanzielle Einsparungen, die Lösung von Mitarbeiterproblemen oder die Überzeugung, das Richtige zu tun, ist. Wir helfen Ihnen, sich zunächst einmal mit dem Thema auseinanderzusetzen und Ihren individuellen Ansatz zu finden.

*„Alle Unternehmer der Region müssen nachhaltig handeln, damit sich der Tourismus stabil entwickeln kann.“*

*Sven-Erik Hitzer, Unternehmer in Schmilka*

Die in diesem Leitfaden veröffentlichten Checklisten (Möglichkeit zum Download: [verband.saechsische-schweiz.de/branchen-themen](http://verband.saechsische-schweiz.de/branchen-themen)) sollen Ihnen einen einfachen Einstieg ermöglichen. Wenn Sie diese Listen durchgehen, werden Sie am Ende nicht nur wissen, wo Ihr Betrieb steht, sondern werden auch viele Ansatzpunkte und Ideen haben, welche Verbesserungen Sie einleiten können.

Wenn Sie möchten, dass wir Ihre ersten Schritte Richtung Nachhaltigkeit begleiten, füllen Sie einen kurzen Berichtbogen aus (Download: [verband.saechsische-schweiz.de/branchen-themen](http://verband.saechsische-schweiz.de/branchen-themen)) und senden Sie uns diesen zu. Dort beschreiben Sie Ihren Nachhaltigkeitsstatus und Ihre geplanten Aktivitäten für die nächsten 12 Monate. Mit Abgabe des Berichtbogens können Sie Teil unseres Nachhaltigkeitsnetzwerkes werden.

*„Jeder Unternehmer kann im Kleinen mit dem Umweltschutz anfangen. Energieersparnis, Abfallsenkung und der bewusste Einsatz von natürlichen Materialien sind ein erster Anfang.“*

*Annegret Besser, Unternehmerin in Krippen*

Vorteile des Netzwerkes:

- Nutzung des Angebotes an Workshops, Schulungen und Veranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit und Qualität des TVSSW
- ein Vor-Ort Gespräch in Ihrem Betrieb mit dem Nachhaltigkeitsmanagement des TVSSW, z.B. zum Finden der für Sie und Ihr Unternehmen passenden Maßnahmen
- Unterstützung beim Finden passender Finanzierungsmöglichkeiten zur Umsetzung geeigneter Maßnahmen
- Vernetzung mit anderen Betrieben durch regelmäßige Treffen, Erfahrungsaustausch, Infoveranstaltungen, Workshops, Fachgespräche, Beratungen etc.
- kostenfreie Beteiligung am Nachhaltigkeitsnetzwerk

Nach 12 Monaten kommen wir gern auf Sie zu und erkundigen uns nach dem Stand der Umsetzung Ihrer Maßnahmen. Sie können dann natürlich selbst entscheiden, ob Sie Ihre Aktivitäten weiterführen, erweitern oder zurückfahren wollen. Eines sei Ihnen jedoch gesagt: Wenn Sie einmal in das Thema eingetaucht sind, das notwendige Hintergrundwissen besitzen und in Ihrem Team bereits die ersten Erfahrungen gemacht haben, werden Sie bestimmte Dinge in Ihrem Betrieb nicht mehr anders machen wollen!

Wenn bei Ihnen die Überzeugung reift, dass Sie sich auf dem richtigen Weg befinden, können Sie Ihr Engagement für sich und Ihre Region erweitern und Partner der Nachhaltigkeitsinitiative des Tourismusverbandes Sächsische Schweiz werden.



# FÜR FORTGESCHRITTENE

Nachhaltigkeit ist auf dem Weg das neue „Normal“ zu werden, im Moment jedoch ist es noch immer eine Einstellungssache. Wenn auch Sie die Meinung vertreten, dass wir die einzigartige Natur und Landschaft der Sächsischen Schweiz schützen müssen, damit auch in Zukunft Einwohner und Gäste eine lebens- und erlebenswerte Region vorfinden, dann sind Sie bereit, Partner der Nachhaltigkeitsinitiative Sächsische Schweiz zu werden. Ganz nach dem Prinzip „Think global, act local“ kümmern wir uns um unsere Region und begegnen damit gleichzeitig globalen Herausforderungen wie Klimaschutz, soziale Gerechtigkeit oder Erhaltung und Verbesserung der Biodiversität.

Alle Partner, die sich als nachhaltige Unternehmer in der Sächsischen Schweiz positionieren wollen, bekennen sich zu der Verantwortung im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeit (CSR) und insgesamt zu einem nachhaltigen Umgang mit Umwelt, Gesellschaft und Ressourcen. Sie haben diese Werte in ihren Unternehmensleitbildern integriert oder in einer freiwilligen Selbstverpflichtung festgehalten. Wir haben in Abstimmung mit Ihnen, den touristischen Unternehmern der Region, sowie mit bereits bestehenden Initiativen einen Kriterienrahmen entwickelt. Anhand der Kriterien soll eine Grundqualität nachhaltiger Leistungen sichergestellt und gleichzeitig ein „Qualitätsversprechen“ nach außen abgegeben werden. Um Partner zu werden, müssen Unternehmen die relevanten Kernkriterien erfüllen. Unternehmen, die neben den Kernkriterien auch mindestens 75% der geforderten Zusatzkriterien in den einzelnen Segmenten erfüllen, werden als Leuchtturmangebote aufgenommen und in der Kommunikation des TVSSW an erster Stelle platziert.

Ihre Vorteile als Partner der Nachhaltigkeitsinitiative:

- bevorzugte Kommunikation in nachhaltigkeitsaffinen Medien und bei Presseanfragen
- Hervorhebung und gesonderte Vermarktung in den Publikationen, sozialen Medien des Tourismusverbandes und dem GästeneWSletter sowie über das Urlaubsportal der Sächsischen Schweiz [www.saechsische-schweiz.de](http://www.saechsische-schweiz.de)
- Nutzung des Signets für nachhaltigen Tourismus in der Sächsischen Schweiz
- Nutzung aller Vorteile des Nachhaltigkeitsnetzwerkes
- Bereitstellung von aktuellen nachhaltigkeitsbezogenen Informationen
- kostenfreie Beteiligung als Partner der Nachhaltigkeitsinitiative des TVSSW

Wenn Sie sich als Partner der Nachhaltigkeitsinitiative eindeutig für sich und Ihre Kunden positionieren wollen, füllen Sie bitte den Berichtbogen für Partner aus, welcher die Nachhaltigkeitskriterien enthält (Download: [verband.saechsische-schweiz.de/branchen-themen](http://verband.saechsische-schweiz.de/branchen-themen)) und reichen Sie diesen beim TVSSW ein. Noch nicht erfüllte Kriterien müssen sich in den geplanten Maßnahmen für die nächsten 12 Monate wiederfinden. In jährlichen Gesprächen mit dem Nachhaltigkeitsmanagement des TVSSW werden der Stand der Umsetzung sowie neue geplante Maßnahmen besprochen.



*„Über die Zeit hat sich in unserer Region ein Netzwerk entwickelt, welches mehrere Initiativen untereinander verbindet. Das ist eine gute Basis für weitere Projekte und verbindende Schritte zwischen Tourismus und Nationalpark, die mich als Gastgeber absolut positiv in die Zukunft blicken lässt.“*

*Monika Richter, Unternehmerin in Hinterhermsdorf*

Partner der Nachhaltigkeitsinitiative werden mit diesem Signet gesondert hervorgehoben und vermarktet. Es verbildlicht das zusätzliche Qualitätsmerkmal Nachhaltigkeit und soll es dem Gast so einfach wie möglich machen, wertvolle Angebote zu finden.



## TIPP

Durch die intensive Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem Nationalpark-Partnerprogramm haben Nationalpark-Partner beste Voraussetzungen, direkt Partner der Nachhaltigkeitsinitiative zu werden. Nationalpark-Partner sind „Botschafter“ des Nationalpark-Gedankens. Sie identifizieren sich mit der Region, arbeiten nachhaltig und umweltfreundlich und informieren Ihre Gäste umfassend.

## SIGNET



# DIE 5 SCHRITTE ZUM PARTNER DER NACHHALTIGKEITSINITIATIVE

## 1. Informieren Sie sich umfassend und treffen Sie eine Entscheidung.

Sie sollten sich hinreichend von den Vorteilen einer nachhaltigen Ausrichtung überzeugen, damit es Ihnen zu einem späteren Zeitpunkt leichter gelingt, Ihre Mitarbeiter ins Boot zu holen. Wenn Ihr Unternehmen bereits mit einer offiziellen Nachhaltigkeitszertifizierung ausgezeichnet ist, sind Sie automatisch Partner der Nachhaltigkeitsinitiative in der Sächsischen Schweiz. Sie müssen lediglich den Berichtbogen (siehe Schritt 3) entsprechend ausfüllen und einreichen. (Liste anerkannter Zertifikate auf [verband.saechsische-schweiz.de](http://verband.saechsische-schweiz.de))

## 2. Benennen Sie einen Verantwortlichen für das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen.

Dieser koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben und ist Ansprechpartner für den TVSSW. Räumen Sie ihm oder ihr bewusst Zeit für diese Aufgabe ein (bei kleineren Betrieben reichen hier durchaus ein bis zwei Tage im Monat.) Der Verantwortliche sollte über eine Vorbildung im Bereich Nachhaltigkeit verfügen oder an den Qualifizierungsmaßnahmen des TVSSW (oder einer adäquaten Weiterbildungsveranstaltungen) zum Thema Nachhaltigkeit teilnehmen. Größeren Unternehmen empfehlen wir die Zusammenstellung eines Nachhaltigkeitsteams.

## 3. Machen Sie eine Bestandsaufnahme.

Nutzen Sie dafür den Berichtbogen für Partner, den wir Ihnen online unter [verband.saechsische-schweiz.de](http://verband.saechsische-schweiz.de) zur Verfügung stellen. In diesem Berichtbogen werden alle Nachhaltigkeitskriterien abgefragt. Damit wird es Ihnen leichter fallen, Ihre Stärken und Verbesserungspotenziale

im Bereich Nachhaltigkeit zu erkennen. Es empfiehlt sich bereits an dieser Stelle, die Verbräuche Ihrer wichtigsten Ressourcen wie Energie- und Wasserverbrauch oder auch die entstehenden Abfallmengen zu erfassen. So können Sie im Zeitverlauf die Effekte Ihrer Maßnahmen sehen.

## 4. Beschreiben Sie Ihre geplanten Aktivitäten.

Nachhaltigkeit ist kein Zustand, sondern ein kontinuierlicher Prozess, der Zeit braucht. Überlegen Sie sich daher, was Sie zum Beispiel aufgrund hoher Einsparpotenziale zunächst konkret anpacken möchten. Oder suchen Sie sich ein Thema, das Ihnen am meisten am Herzen liegt, bzw. welches am besten zu Ihrem Unternehmen passt. Das kann der Einsatz von regenerativer Energie sein. Vielleicht liegt Ihnen jedoch der Naturschutz eher am Herzen und Sie setzen sich mit besonderen Aktionen und Hinweisen für eine seltene Tier- oder Pflanzenart ein. Setzen Sie sich mindestens drei Ziele und definieren dazu entsprechende Maßnahmen für die kommenden 12 Monate.

## 5. Sie werden als Partner der Nachhaltigkeitsinitiative anerkannt.

Wenn Sie vom TVSSW auf Ihren eingereichten Berichtbogen eine positive Rückmeldung erhalten haben, werden Sie als Partner der Nachhaltigkeitsinitiative in das Nachhaltigkeitsnetzwerk aufgenommen und können alle Vorteile in Anspruch nehmen. Sie können auch Partner werden, wenn Ihr Unternehmen noch nicht alle Kriterien erfüllt. Diese offenen Kriterien müssen sich dann in den geplanten Maßnahmen für die nächsten 12 Monate wiederfinden. Nach der ersten Feedbackrunde nach einem Jahr kann sich der Berichtszeitraum auf 24 Monate verlängern.



# WER HILFT WEITER

Wenn Sie es in einzelnen Bereichen etwas genauer wissen wollen, sollten Sie sich bei entsprechenden Organisationen Unterstützung suchen. Nachfolgend finden Sie einige Ansprechpartner in alphabetischer Reihenfolge, wobei diese Übersicht keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

## **BUND – Landesverband Sachsen**

Der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) ist der größte gemeinnützige Natur- und Umweltschutzverband Deutschlands. Er engagiert sich für den Erhalt der Biodiversität, den Schutz des Klimas und die Rechte der Verbraucher vor Ort und weltweit.

[www.bund-sachsen.de](http://www.bund-sachsen.de)  
info@bund-sachsen.de  
Tel: 0371 301477

## **Gutes von Hier**

Das Regionalsiegel „Gutes von hier“ wurde zur Kennzeichnung lokaler Produkte entwickelt. Touristische Unternehmen können dieses vielseitige Netzwerk nutzen und sich beteiligen.

[www.gutes-von-hier.org](http://www.gutes-von-hier.org)  
joachim.oswald@re-saechsische-schweiz.de  
Tel: 03501 4704870

## **Landschaf(f)t Zukunft e.V.**

Der Verein organisiert die finanzielle Förderung für den ländlichen Raum (v.a. nach LEADER - Richtlinie). Er ist auch zuständig für die weitere Fördermittelberatung und organisatorische Unterstützung kommunaler und privater Projektträger.

[www.landschaftzukunftev.de](http://www.landschaftzukunftev.de)  
info@landschaftzukunftev.de  
Tel: 03501 5855020

## **Mobilitätsmanagement**

Hier wird an sanften und nachhaltigen Mobilitätslösungen in der Sächsischen Schweiz gearbeitet. So zum Beispiel an der besseren Anbindung touristischer Attraktionen an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und der Optimierung der Kommunikation von ÖPNV-Leistungen.

[www.landschaftzukunftev.de](http://www.landschaftzukunftev.de)  
sten.eibenstein@landschaftzukunftev.de  
Tel: 03501 5855020

## **NABU Sachsen**

Der Naturschutzbund Deutschland (NABU) engagiert sich dafür, die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass ökologische Schlüsselprobleme gelöst werden können.

[www.sachsen.nabu.de](http://www.sachsen.nabu.de)  
landesverband@NABU-Sachsen.de  
Tel: 0341 3374150

## **Nationalparkpartner**

Nationalpark-Partner sind „Botschafter“ des Nationalpark-Gedankens. Sie identifizieren sich mit der Region, arbeiten nachhaltig und umweltfreundlich und dienen den Gästen als kompetenter Ratgeber.

[www.nationalpark-saechsische-schweiz.de/wir-ueber-uns/netzwerk/nationalpark-partner/](http://www.nationalpark-saechsische-schweiz.de/wir-ueber-uns/netzwerk/nationalpark-partner/)  
Joerg.Weber@smul.sachsen.de  
Tel: 035022 900613

## **Nationalparkverwaltung Sächsische Schweiz**

Die Einrichtung berät zu Fragen von Naturschutz, Landschaftspflege und Forstwirtschaft und hält abwechslungsreiche Angebote zum Erleben und Entdecken von Natur und Landschaft im Elbsandsteingebirge bereit.

[www.nationalpark-saechsische-schweiz.de](http://www.nationalpark-saechsische-schweiz.de)  
poststelle.sbs-nationalparkverwaltung@smul.sachsen.de  
Tel: 035022 900600

## **Qualitätsinitiative Service Qualität Deutschland in Sachsen**

Das bundesweite Schulungs- und Qualitätsprogramm bietet ein einfaches Qualitätsmanagementsystem, um die Servicequalität in kleinen und mittleren Unternehmen zu erhöhen.

[www.ltv-sachsen.de](http://www.ltv-sachsen.de)  
info@ltv-sachsen.de,  
Tel: 0351 491910

## **SAENA Sächsische Energieagentur GmbH**

Die Sächsische Energieagentur gibt unabhängigen Rat zu Themen wie erneuerbare Energien, zukunftsfähige Energieversorgung und bewusste effiziente Energienutzung.

[www.saena.de](http://www.saena.de)  
info@saena.de  
Tel: 0351 49103152

und natürlich wir, Ihr

## **Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.**

Unsere Hauptaufgabe ist die erfolgreiche Entwicklung und Positionierung der Destination Sächsische Schweiz auf dem Tourismusmarkt.

[www.tvssw.de](http://www.tvssw.de)  
info@saechsische-schweiz.de  
Tel: 03501 470147

# LABELS UND ZERTIFIZIERUNGEN

Labels werden für verschiedene Unternehmen der Tourismuswirtschaft vergeben. Sie sind der Nachweis, dass sich ein Betrieb freiwillig und über die gesetzlichen Normen hinaus für die Zukunft der Generationen engagiert. Mit der Entscheidung für eine Zertifizierung machen Sie Ihre Maßnahmen und Ihr Engagement sichtbar, transparent und glaubhaft. Auch wenn solche Labels und Zertifizierungen noch keinen wesentlichen Grund zur Reiseentscheidung darstellen, so bieten diese den Gästen eine wichtige Orientierung und können bei vergleichbaren Angeboten entscheidend sein.

Es gibt eine Vielzahl von Zertifizierungen im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit und nicht jede passt zu jedem Betrieb. Sollten Sie diesen sinnvollen nächsten Schritt gehen wollen, geben wir Ihnen gern einen Überblick über verschiedene Zertifizierungssysteme. Je nach Ihrer persönlichen Einschätzung kann eine für Sie passende Zertifizierung zum Beispiel ein System mit klaren Vorgaben hinsichtlich der Maßnahmen sein oder auch eines mit Fokus auf die Prozesse, das Management und die Mitarbeiterbindung (Managementsystem). Darüber hinaus gibt es regional fokussierte Zertifikate (z.B. Nationalpark-Partner, Gutes von Hier) genauso wie spezielle Zertifikate für die Art des Betriebes (z.B. Ecocamping). Die Mehrzahl richtet sich an die Hotellerie und unterscheidet sich in der Gewichtung der verschiedenen Nachhaltigkeitsbereiche sowie der Art und Weise der Überprüfung bzw. Auditierung der Kriterien.

Gern helfen wir Ihnen, die richtige Zertifizierung für Ihren Betrieb zu finden!





Einen guten Überblick über nationale und internationale Label bietet der Labelführer „Wegweiser durch den Labeldschungel“ des Arbeitskreises Tourismus & Entwicklung, ECOTRANS e.V., Brot für die Welt, Tourism Watch und Naturfreunde Internationale. Diesen finden Sie auch auf unserem Verbandsportal [www.tvssw.de](http://www.tvssw.de).

Der nachfolgende Überblick zeigt Ihnen einige wichtige Labels bzw. Zertifizierungssysteme (Die Reihenfolge basiert auf einer wissenschaftlichen Untersuchung zu Qualität und Nachhaltigkeits-Aussagekraft von Unternehmenszertifizierungen für nachhaltigen Tourismus in Deutschland):

## **TourCert®**

### **CSR Tourism Certified**

TourCert, gemeinnützige Gesellschaft für Zertifizierung im Tourismus | ganzheitliches CSR Managementsystem | [www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)



### **GREENSIGN GreenSign**

InfraCert, Institut für Nachhaltige Entwicklung in der Hotellerie | Kriterienkatalog | [www.greensign.de](http://www.greensign.de)



### **Green Globe**

Green Certifications Inc. | Kriterienkatalog | [www.greenglobe.com](http://www.greenglobe.com)



### **EMAS**

Umweltgutachterausschuss (UGA) beim Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) | Umweltmanagementsystem | [www.emas.de](http://www.emas.de)



### **Green Key**

Deutsche Gesellschaft für Umwelterziehung (DGU) | Kriterienkatalog | [www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey](http://www.umwelterziehung.de/projekte/GreenKey)



### **EU Ecolabel**

RAL gGmbH | Kriterienkatalog | [www.eu-ecolabel.de](http://www.eu-ecolabel.de)



### **Viabono**

Viabono, unterstützt durch verschiedene Bundesministerien | Kriterienkatalog | [www.viabono.de](http://www.viabono.de)



Verein BIO HOTELS | Kriterienkatalog | [www.biohotels.info](http://www.biohotels.info)



### **ISO**

International Organization for Standardization (ISO) | Umweltmanagementsystem | [www.iso.org](http://www.iso.org)



### **ECO CAMPING**

ECO CAMPING Service GmbH | Umweltmanagement | [www.ecocamping.de](http://www.ecocamping.de)



**DEHOGA Umweltcheck Gold, Silber, Bronze**  
DEHOGA | Kriterienkatalog | [www.dehoga-umweltcheck.de](http://www.dehoga-umweltcheck.de)

# AUSBLICK

Nachhaltigkeit ist eine immer größer werdende gesellschaftliche Bewegung, an der auch im Tourismus kaum noch jemand vorbeikommt. Die Notwendigkeiten, aber auch die Chancen, die mit dieser Bewegung einhergehen, sind sowohl vielfältig als auch vielversprechend.

Wir, der Tourismusverband Sächsische Schweiz, sind der vollen Überzeugung, dass wir nur mit diesem ganzheitlichen, nachhaltigen Ansatz den Tourismus in unserer Region langfristig auf Erfolgskurs halten können. Gemeinsam mit Ihnen, den Unternehmern der Destination, machen wir deshalb die Sächsische Schweiz zu einem nachhaltigen Reiseziel. Die Voraussetzungen dafür sind glänzend: Der gesellschaftliche Wandel ist in jeder Ecke spürbar, der Tourismus in unserer Region entwickelt sich stetig und erfolgreich und allem voran bietet unser Nationalpark beste natürliche Voraussetzungen, das Thema mit Inhalten zu besetzen. Dabei ist und bleibt die Qualität ein ganz wesentlicher Anspruch in unserer Region. Der Aspekt der Nachhaltigkeit wird nun zu einem neuen, zentralen Qualitätsversprechen und soll letztlich sämtliche Segmente, Kerngeschäfte und auch das Alleinstellungsmerkmal prägen.

Wir tun gut daran, nicht zu warten, bis der Gast mit der wünschenswerten Zahlungsbereitschaft nachhaltige Tourismusangebote nachfragt. Wir wollen dem Gast einen wunderschönen Urlaub bieten, in dem er sich ohne zusätzliche Anstrengungen und Aufwendungen nachhaltig verhalten, in unserer Region viel Gutes bewirken und mit neuen Ideen und Erkenntnissen nach Hause reisen kann. Wir wollen ebenfalls nicht

darauf warten, bis staatliche Restriktionen und Auflagen von den Unternehmern eine nachhaltige Wirtschaftsweise einfordern, denn wir sehen am fortschreitenden Klimawandel und dem Unvermögen, wissenschaftliche Erkenntnisse in konkrete Maßnahmen umzusetzen, dass es für so manche Dinge schnell auch zu spät sein kann. Nein, wir warten nicht bis jemand anderes anfängt, wir fangen selber an. Wir nutzen die Gunst der Stunde und werden mit unserer nachhaltigen Ausrichtung nicht nur Vorbild sein und Zeichen setzen, sondern gleichzeitig den Tourismus in der Sächsischen Schweiz optimal für zukünftige Herausforderungen aufstellen und damit alles in allem auch einen Wettbewerbsvorteil erarbeiten.

Wir als Verband haben natürlich erst einmal vor unserer eigenen Tür gekehrt und bereits vor einem Jahr ein internes Nachhaltigkeitsmanagement eingeführt. Sämtliche interne Geschäftsprozesse wurden, bzw. werden noch immer auf den Prüfstand gestellt und optimiert. Von der Umstellung auf Ökostrom bis zur Nutzung von Recyclingpapier, von der Installation von LEDs bis zur Entscheidung für fair gehandelten Kaffee: Wir sind stolz auf die umfangreichen Ergebnisse, die wir in dieser Zeit erzielt haben und auf das Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters. Über Einschränkungen hat sich bisher keiner beklagt, alle sind begeistert dabei.

Die Sächsische Schweiz ist etwas Besonderes. Für Sie, für uns und natürlich auch für unsere Gäste. Gemeinsam kann es uns gelingen, sie in ihrer natürlichen Schönheit und Vielfalt zu erhalten, damit zukünftig wirtschaftliche Grundlagen gesichert sind und die Region liebens- und lebenswert bleibt.





## IMPRESSUM

Herausgeber:  
Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.  
[www.tvssw.de](http://www.tvssw.de)

Stand: 2018

Texte:  
Yvonne Bethage  
Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.  
[www.tvssw.de](http://www.tvssw.de)

Kim Hartwig  
Tourismus-Cluster Schleswig-Holstein,  
WTSH GmbH, [www.tourismuscluster-sh.de](http://www.tourismuscluster-sh.de)

Andreas Koch  
blueContec GmbH, [www.bluecontec.com](http://www.bluecontec.com)

Bente Grimm & Wolfgang Günther  
Institut für Tourismus- und Bäderforschung  
in Nordeuropa, NIT, [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)

Eckhard Voß  
Mohltied! Verlag, [www.mohltied.de](http://www.mohltied.de)

Fotos:  
Phillip Zieger, Florian Trykowski,  
Achim Meurer, Yvonne Bethage,  
Solveig Großer, Amac Garbe, Unsplash

Layout:  
grafox kreativ agentur GmbH,  
[www.grafox.info](http://www.grafox.info)

Druck: Stoba-Druck GmbH



Europäische Union. Europäischer  
Fonds für regionale Entwicklung.  
Evropská unie. Evropský fond pro  
regionální rozvoj.