



Sächsisch-Böhmische  
SCHWEIZ

# NACHHALTIGKEIT

## LEITFADEN FÜR TOURISMUSBETRIEBE

[www.saechsische-schweiz.de](http://www.saechsische-schweiz.de)



## 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		



## ALLER ANFANG IST GAR NICHT SO SCHWER!

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 der allgegenwärtige 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.

Er soll sie inspirieren und Ihnen helfen, den Überblick zu behalten und gezielt vorzugehen. Dabei ist es natürlich Ihnen überlassen, wie weit Sie 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 lieber jetzt als später mit dem Thema auseinanderzusetzen. Denn heute proaktiv zu agieren und das Angebot zum Wohle aller neu zu gestalten, ist in jeder Hinsicht besser, als morgen nur noch auf die Veränderungen reagieren zu können.

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.

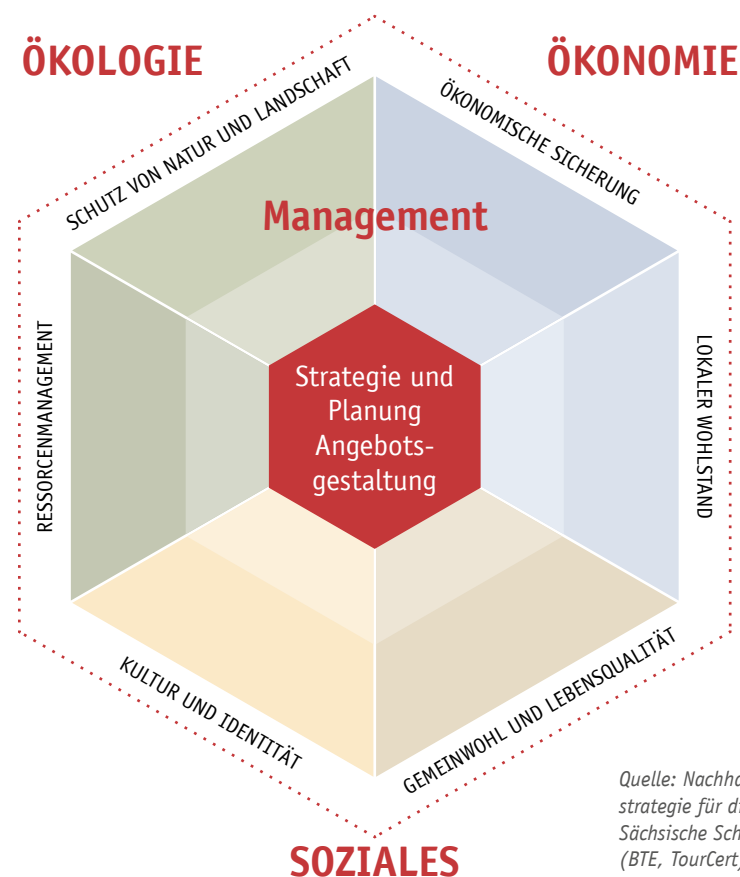
Nachhaltiges Wirtschaften soll einen verantwortungsvollen Umgang mit unserer Welt und ihren Ressourcen gewährleisten. Der Tourismus, als einer der größten Wirtschaftssektoren der Welt, ist dabei ganz besonders in der Pflicht. Denn er treibt den Klimawandel gleichermaßen an, wie er unter ihm leidet.

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. Wir alle müssen uns schließlich auf die Erwartungen der Gäste von morgen vorbereiten. Und wie Sie hier sehen können, gibt es zahlreiche Gründe, warum Nachhaltigkeit nicht nur eine Überzeugung, sondern durchaus auch ein erfolgreiches Geschäftsmodell sein kann.

*„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:

- die Qualität Ihres Betriebes und Angebotes analysieren und steigern.
- Energie- und Wasserkosten einsparen.
- die Arbeitsqualität für Ihre Mitarbeiter verbessern.
- die Motivation Ihrer Mitarbeiter steigern.
- Ihr Unternehmen für neue Mitarbeiter interessanter machen (z.B. Generation Y).
- dem steigenden Nachhaltigkeitsbewusstsein der Gesellschaft begegnen.
- Neue Lieblingsgäste ansprechen und gewinnen.
- interessante und authentische Themen für Ihre Unternehmenskommunikation nutzen.
- durch den Einsatz regionaler Produkte den Standort Sächsische Schweiz stärken und gleichzeitig die veränderten Erwartungen der Gäste erfüllen.
- 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. Daran hat sich im Grundsatz auch während der vergangenen schwierigen Jahre im Zeichen der Pandemie nichts geändert. Und so ist es jetzt trotz der vielerorts angespannten Lage bzw. sogar aufgrund derselben nun erst recht unsere Aufgabe, 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, engagieren uns federführend für eine nachhaltige Tourismusedwicklung und koordinieren den Nachhaltigkeitsprozess. Dabei richten wir uns an der touristischen Nachhaltigkeitsstrategie aus, in der Ziele, Handlungsfelder und

*„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*

Messindikatoren 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 Institutionen, welche die Interessen der Bereiche Wirtschaft, Natur und Gesellschaft 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. Die Zertifizierung als „Nachhaltiges Reiseziel“ im Jahr 2021 war für alle ein bedeutender Meilenstein auf dem Weg zu unserem gemeinsamen Ziel.

*Annegret Besser, Unternehmerin in Krippen*

In einem nachhaltigen Reiseziel ist ein Urlaub nicht nur wertvoll für den Gast und den Gastgeber, sondern für die ganze Region. Tourismus trägt zum Schutz von Natur und Umwelt bei, begünstigt möglichst viele Unternehmen der Region und berücksichtigt die Wünsche der Einwohner.

### **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 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:

- Energieverbrauch regelmäßig erfassen und auswerten
- Fenster und Türen warten und zusätzlich abdichten
- Türschließer montieren
- Wasserdurchfluss begrenzen und Warmwassertemperatur senken
- Heizkörper freihalten, reinigen und entlüften
- Nachtabenkung der Heizungsanlage einstellen
- Raumtemperaturen reduzieren, vor allem in wenig genutzten Zimmern
- Sonnenschutz an Fenstern anbringen
- Kühlgeräte von Sonneneinstrahlung und Wärmequellen fernhalten
- Betriebszeiten von Lüftungsanlagen anpassen und reduzieren
- Regelmäßiges reinigen der Kondensatorlamellen in Kühlgeräten
- Energiesparend kochen
- Lufttemperatur im Wellnessbereich verringern
- Waschtemperatur verringern und stark verschmutzte Wäsche separat waschen
- Tageslicht nutzen
- 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 den letzten Jahren moderat entwickelt haben, bleibt die Tendenz, dass die Kosten für fossile Brennstoffe aufgrund der knapper werdenden Ressourcen sowie der eingeführten CO<sub>2</sub>-Bepreisung 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 größeren 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 im Branchenvergleich (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 Amortisation (z. B. Umstellung auf LED-Beleuchtung oder Einbau von Wasserspar-Duschköpfen)
- 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 bis zu 50 %). Die Durchführung von qualifizierten Energieberatungen werden vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) gefördert (Richtlinie „Energieberatung für Nichtwohngebäude, Anlagen und Systeme“, 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 und prüfen Sie die Türdichtungen der Kühlräume?
- 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 und setzen Bewegungsmelder ein – vor allem in den Bereichen mit kurzen Beleuchtungszeiten (z.B. Flure, Toiletten ...)?

- 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 der Effizienzklasse A an?
- 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 Photovoltaikanlagen (ggf. in Verbindung mit einer Ladestation für Elektrofahrzeuge) oder thermischen Solaranlagen?
- 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).

*„Unsere Gäste kommen für die unberührte einzigartige Natur zu uns - also tun wir alles dafür, diese zu bewahren. Wir setzen bewusst auf regionale Partner, Handwerker und Produkte sowie auf kurze Wege und nachhaltige Betriebsstoffe. Das klappt noch nicht überall, aber es lohnt sich den Fußabdruck seiner Prozesse bewusst zu hinterfragen und offen für nachhaltige Alternativen zu sein.“*

*Felix Zschoge, Unternehmer in Krippen*

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

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. Hierfür können Sie an regionalen Veranstaltungen, wie z.B. den kulinarischen Wochen des DEHOGA teilnehmen. Bei diesem Event finden die Gäste bei den teilnehmenden Restaurants mindestens drei verschiedene regionaltypische Gerichte auf der Speisekarte, natürlich mit Zutaten von regionalen Produzenten in der Hauptrolle.

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.

*„Augenhöhe, Wertschätzung und eine ausgewogene Work-Life-Balance sind neben einer guten Bezahlung heute wichtig, um ein Unternehmen nachhaltig zu führen.“*

*Uwe Henkenjohann, Unternehmer in Gohrisch*

**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



Sanfte Mobilität ist ein ganz klarer Wettbewerbsvorteil. Diesem Angebot einen unkomplizierten Zugang zu verschaffen, eröffnet die Chance, sich neue Kundengruppen zu erschließen. Allein 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, einfach zu nutzen und an die Bedürfnisse der Gäste angepasst sind.

Auch wenn die Probleme rund um die touristische Mobilität in der Sächsischen Schweiz am deutlichsten sind, so ist die Region im Vergleich zu anderen Destinationen im Bereich nachhaltige Mobilität besonders gut aufgestellt. Bereits seit vielen Jahren arbeitet ein Netzwerk von unterschiedlichen Akteursgruppen erfolgreich an der stetigen Weiterentwicklung umweltfreundlicher Fortbewegung. 2017 erhielt die Sächsische Schweiz beim Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen in Deutschland dafür einen Sonderpreis und 2020 wurden mit der Einführung der Gästekarte mobil dann noch einmal völlig neue Maßstäbe gesetzt. (Nähere Informationen: [verband.saechsische-schweiz.de](http://verband.saechsische-schweiz.de)) Von Wanderbus bis Nationalparkbahnhof, von Elbfähre bis Fahrradverleih – nutzen Sie die hervorragenden Mobilitätsangebote der Sächsischen Schweiz zu Ihrem Vorteil!

*„Alle Gäste, die zu uns in die Touristinformation kommen, sind begeistert von der Gästekarte mobil! Kostenlos durch die ganze Region und bis Dresden nur eine Tarifzone! Da wir jetzt kein Tarifsystem mehr erklären müssen, haben wir mehr Zeit für die individuelle Beratung.“*

*Chiara Gasparini, Mitarbeiterin der Touristinformation Königstein*

## WO SIE ANSETZEN KÖNNEN

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 gastfreundliches 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 bedacht 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. Mit der Einführung der Gästekarte mobil wurde eine wesentliche Hürde abgebaut, nun heißt es eigentlich nur noch: Einsteigen!

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 entgegennehmen und Sie sparen Zeit und Aufwand. Natürlich braucht es mehr Zeit, mit Fahrrad, Bus und Bahn die Region zu erkunden. Doch das Urlaubserlebnis wird dadurch nicht geschmälert, denn wer sich Zeit nimmt, reist bewusster und macht eindrücklichere Erfahrungen.



*„Im Moment bieten wir unseren Gästen auf den gesamten Übernachtungspreis 5% Öko-Rabatt, wenn Sie mit dem ÖPNV anreisen. Auch die Gästekarte mobil ist ein überzeugendes Argument, das Auto zu Hause stehen zu lassen. Unser ÖPNV-Netz ist für eine ländliche Region sehr gut und nun auch noch kostenfrei nutzbar! “*

*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?
- Weisen Sie aktiv auf die Gästekarte mobil hin?
- 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?
- 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?
- Bieten Sie Ihren Gästen eine Lademöglichkeit für ihr E-Fahrzeug?



Nationalpark-Bahnhof  
Schandau

# ERFOLGREICHE KOMMUNIKATION

## Waldarchen Menü

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

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

Menü  
25€

\*  
Graumais  
und Grotter  
\*  
Apfelkompott 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 2019 finden 56% der Bevölkerung ökologische oder soziale Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen wichtig, wobei der soziale Aspekt etwas mehr Zustimmung. (Quelle: FUR Reiseanalyse 2019). 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!



# DER ERSTE SCHRITT

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 zukunftsfähige Neuausrichtung Ihres Unternehmens ist. Wir helfen Ihnen, sich zunächst einmal mit dem Thema auseinanderzusetzen und Ihren individuellen Ansatz zu finden. Dazu bieten wir Ihnen gern einen persönlichen Austausch an. Der vorliegende Leitfaden soll es Ihnen aber auch ermöglichen, auf eigene Faust das Thema Nachhaltigkeit für sich und Ihr Unternehmen zu entdecken.

Das Thema Nachhaltigkeit ist unglaublich breit gefächert und es kann schnell passieren, dass man den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sieht. Lassen Sie sich nicht von den großen Informationsmengen abschrecken, die sowohl im Netz als auch in der Literatur umherschwirren. Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen umzusetzen, bedeutet, einen Schritt nach dem anderen zu machen. Der erste Schritt ist dabei wie immer der wichtigste!

Um Ihnen einen einfachen Einstieg zu ermöglichen und Sie bei der Entscheidung zu unterstützen, in welchem Bereich Sie beginnen möchten, stel-

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

*Sven-Erik Hitzer, Unternehmer in Schmilka*

*„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*

len wir Ihnen mit diesem Leitfaden Checklisten zur Verfügung (Möglichkeit zum Download: [verband.saechsische-schweiz.de](http://verband.saechsische-schweiz.de)). 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.

Der Leitfaden soll Ihnen als praktisches Hilfsmittel dienen. Damit Sie mit dem Mut zur Veränderung den ersten Schritt wagen und Ihnen auf Ihrem Weg nicht der Atem ausgeht, braucht es zudem:

- eine positive innere Einstellung gegenüber dem ganzheitlichen Ansatz der Nachhaltigkeit
- vorausschauendes und interdisziplinäres Handeln
- immer wieder einen Perspektivwechsel
- die Fähigkeit und den Willen zur Kooperation und Teilhabe
- Ausdauer und Geduld – sichtbare Erfolge lassen manchmal auf sich warten und manche Hürde überspringt man erst im zweiten oder dritten Anlauf

Vergessen Sie bei allem zukunftsorientierten Handeln bitte nicht, dass der Prozess auch Spaß machen kann und wird. Sie werden sehen, dass in vielen Themen der Nachhaltigkeit eine Menge Begeisterungspotential steckt. Wenn Sie einmal in das Thema eingetaucht sind, sich das notwendige Hintergrundwissen angeeignet und in Ihrem Team bereits die ersten Erfahrungen gemacht haben, werden Sie bestimmte Dinge in Ihrem Betrieb nicht mehr anders machen wollen!

# GEMEINSAM KOMMEN WIR WEITER!

So wie die globalen Aufgaben unserer Zeit am besten gemeinsam angegangen werden, so ist es auch in unserer Branche mehr als sinnvoll, sich zu einem Netzwerk zusammen zu schließen, sich auszutauschen und gegenseitig zu unterstützen. Die touristische Nachhaltigkeitsinitiative der Sächsischen Schweiz ist ein solches Netzwerk, welches Gleichgesinnte miteinander vereint. Das Nachhaltigkeitsmanagement steht allen Partnern der Initiative mit der notwendigen Expertise zur Seite und organisiert einen regelmäßigen Austausch. Ganz nach dem Prinzip „Think global, act local“ kümmern wir uns zusammen um unsere Region und begegnen damit gleichzeitig globalen Herausforderungen wie Klimaschutz, soziale Gerechtigkeit oder Erhaltung und Verbesserung der Biodiversität.

Alle Partner, die sich als verantwortungsvolle Unternehmer in der Sächsischen Schweiz positionieren wollen, bekennen sich zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung in der Sächsischen Schweiz, welche Sie Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeit unterstützen und durch einen nachhaltigen Umgang mit Umwelt, Gesellschaft und Ressourcen gewährleisten. Sie arbeiten kontinuierlich daran, ihre Angebote nachhaltiger zu gestalten und erfüllen ein Qualitätsversprechen, welches im Rahmen der Initiative durch den Tourismusverband nach außen abgegeben wird.

*„Wenn man Nachhaltigkeit in seinem Unternehmen lebt, sind die Pflicht-Kriterien des Nachhaltigkeits-Checks ein Kinderspiel. Jährlich mindestens 3 Verbesserungsmaßnahmen zu finden, ist die Herausforderung, dachte ich. Rückblickend ist auch das ganz gut möglich, denn es gibt einfach immer etwas zu tun.“*

*Kristin Arnold, Unternehmerin aus Reinhardtsdorf*

Ihre Vorteile als Partner der Nachhaltigkeitsinitiative:

- Kommunikation und Vermittlung bei nachhaltigkeitsbezogenen Medienanfragen und damit Zugang zu neuen Gästegruppen
- Hervorhebung und gezielte Vermarktung in den Publikationen, den 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
- kostenfreie Beteiligung

Wenn Sie Partner der Nachhaltigkeitsinitiative werden wollen, müssen in Ihrem Unternehmen einen Nachhaltigkeits-Check absolvieren, welcher eine gewisse Anzahl an Pflichtkriterien enthält, die wiederum die nachhaltige Grundqualität gewährleisten sollen. Den kontinuierlichen Prozess der Verbesserungen beginnen Sie mit dem Festhalten von einigen Maßnahmen, die Sie in den kommenden 12 Monaten umsetzen wollen. Die unterzeichnete Partnerschaftserklärung, welche gleichzeitig als freiwillige Selbstverpflichtung dient, ist das dritte notwendige Dokument. Kann Ihr Unternehmen bereits eine Zertifizierung im Bereich Nachhaltigkeit vorweisen, so ist der Nachhaltigkeits-Check fakultativ.



## TIPP

Nationalpark-Partner sind „Botschafter“ des Nationalparkgedankens und verpflichten sich zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise. Durch die intensive Zusammenarbeit und Abstimmung mit dem Partnerprogramm haben Nationalpark-Partner beste Voraussetzungen, direkt der Nachhaltigkeitsinitiative beizutreten und von der gezielten Vermarktung durch den Tourismusverband zu profitieren.

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, Ihre wertvollen Angebote zu finden.

*„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*

## 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, können Sie ohne Aufwand der Nachhaltigkeitsinitiative beitreten.

(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 oder die Verantwortliche sollte über eine Vorbildung im Bereich Nachhaltigkeit verfügen und/oder an den Qualifizierungsmaßnahmen des TVSSW bzw. anderen adäquaten Weiterbildungsveranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit teilnehmen. Größeren Unternehmen empfehlen wir die Zusammenstellung eines Nachhaltigkeitsteams.

## 3. Machen Sie eine Bestandsaufnahme.

Nutzen Sie dafür unseren Nachhaltigkeits-Check, den wir Ihnen gern zusenden bzw. online unter [verband.saechsische-schweiz.de](http://verband.saechsische-schweiz.de) zur Verfügung stellen. 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 möchten Sie sich lieber für Naturschutz engagieren und Sie setzen sich mit besonderen Aktionen und Hinweisen für eine seltene Tier- oder Pflanzenart ein. Halten Sie mindestens 3 Maßnahmen für die kommenden 12 Monate im Verbesserungs-Programm fest.

## 5. Sie werden Partner der Nachhaltigkeitsinitiative.

Wenn Sie vom TVSSW auf Ihren eingereichten Nachhaltigkeits-Check eine positive Rückmeldung erhalten und die Partnerschaftserklärung unterschrieben haben, sind Sie Partner der Initiative. Sie können auch Partner werden, wenn Ihr Unternehmen noch nicht alle Kriterien erfüllt. Die offenen Kriterien müssen sich dann in den geplanten Maßnahmen für die nächsten 12 Monate wiederfinden.

# 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.

## DEHOGA Energiekampagne

Hier gibt es maßgeschneiderte Energieeffizienzmaßnahmen für Hotels und Gaststätten. Die Kampagne beruht auf einer freiwilligen Klimaschutzvereinbarung zwischen dem Bundesumweltministerium und dem DEHOGA Bundesverband.

[www.energiekampagne-gastgewerbe.de](http://www.energiekampagne-gastgewerbe.de)  
energiekampagne@adelphi.de

## 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

## Landratsamt Sächsische Schweiz - Osterzgebirge - Umweltamt

Die Fachbehörde berät umfänglich zu Natur- und Umweltschutzbelangen im Landkreis und wickelt die notwendigen Genehmigungsverfahren ab. Auch das Thema Klimaschutzmanagement ist hier angesiedelt.

[www.landratsamt-pirna.de](http://www.landratsamt-pirna.de)  
umwelt@landratsamt-pirna.de  
Tel: 03501 5153401

## Mobilitätsmanagement

Hier wird an sanften und nachhaltigen Mobilitätslösungen in der Sächsischen Schweiz gearbeitet. So zum Beispiel an besseren Anbindungen im öffentlichen Personennahverkehr, der Entwicklung von Infrastrukturprojekten und der optimierten Kommunikation von Verkehrsthemen in der Region.

[www.landschaftzukunftev.de](http://www.landschaftzukunftev.de)  
sten.eibenstein@re-saechsische-schweiz.de  
Tel: 03501 4704873

## 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

## Nationalpark-Partner

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@smekul.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@smekul.sachsen.de  
Tel: 035022 900600

## Qualitätsinitiative Servicequalität Deutschland

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

[www.ltv-sachsen.de/sq](http://www.ltv-sachsen.de/sq)  
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 [verband.saechsischschweiz.de](http://verband.saechsischschweiz.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  
GEPRÜFTES  
UMWELTMANAGEMENT

### 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)



### BIO HOTELS

#### Bio Hotels

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)

# DER ANFANG IST GEMACHT.

Nachhaltigkeit ist eine immer größer werdende gesellschaftliche Bewegung, an der auch im Tourismus keiner mehr vorbeikommt. Die Auswirkungen des Pandemiegeschehens der vergangenen Jahre haben diese Bewegung sogar noch verstärkt und Werte wie Gesundheit, Fairness, Natürlichkeit oder Wertschätzung noch mehr ins Zentrum der gesellschaftlichen Aufmerksamkeit gerückt.

Wir sind der vollen Überzeugung, dass wir nur mit diesem ganzheitlichen, nachhaltigen Ansatz den Tourismus in unserer Region langfristig auf Erfolgskurs halten und eine gewisse Resilienz gegenüber den Irrungen und Wirrungen des Zeitverlaufs entwickeln können. Die Zertifizierung zum Nachhaltigen Reiseziel stellt hierfür „nur“ einen gelungenen Anfang dar. Denn diese Zertifizierung besagt nicht, dass in unserer Region bereits alles zum Besten steht. Sie bescheinigt uns, dass wir als Tourismusgemeinschaft die Aufgaben unserer Zeit erkannt, unsere Handlungsfelder identifiziert und gute Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Tourismusentwicklung geschaffen haben. Sie ist ebenso Anerkennung und Wertschätzung unserer ersten Schritte auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit.

Gemeinsam mit Ihnen, den Unternehmern der Destination, wollen wir nachhaltigen Tourismus in der Sächsischen Schweiz entlang der gesamten touristischen Servicekette erlebbar machen. Dabei ist und bleibt die Qualität ein ganz wesentlicher Anspruch in unserer Region. Der Aspekt der Nachhaltigkeit wird zu einem neuen, zentralen Qualitätsversprechen und soll letztlich sämtliche Segmente, Kerngeschäfte und auch das Alleinstellungsmerkmal prägen.

Gäste, die ganz spezifisch nachhaltige Angebote nachfragen sind noch selten. Sollte man daher also besser noch warten? Diese Option empfehlen wir keines-

falls und das aus mehreren Gründen. Zum einen wächst der Druck zu mehr Nachhaltigkeit zusehends, sowohl von Seiten der innerdeutschen Politik als auch von Seiten der EU. Aber wie eingangs beschrieben, nimmt auch der Druck von Seiten der Gesellschaft zu. Sowohl Reisende als auch Bereiste haben sich verändernde Erwartungen an die Tourismusbranche. Und so kann es schnell gehen, dass das, was den Menschen gestern noch egal war, morgen ganz einfach von Ihnen und uns erwartet wird.

In der Geschäftsstelle des Verbandes haben wir bereits viele Erfahrungen gesammelt, die wir gern mit Ihnen teilen. Wir versuchen in all unseren Geschäftsprozessen nachhaltiger zu agieren und haben Weltoffenheit, Wertschätzung, Innovation, Qualität und Nachhaltigkeit als unsere zentralen Werte formuliert. Diese Werte prägen unser Miteinander und die Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Und neben all diesen bedeutungsvollen Maßnahmen und Bekenntnissen können wir berichten, dass all das jede Menge Spaß macht, unser Team begeistert und uns stolz auf erreichte Ziele blicken lässt.

Die dauerhaft eingerichtete Personalstelle für das Nachhaltigkeitsmanagement steht Ihnen auf Ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen mit Rat und Tat zur Seite. Den ersten Schritt, den muss jedoch jeder selbst gehen. Dieser besteht meist darin, seine eigenen Verhaltensweisen in Frage zu stellen. Dafür braucht es neben Zeit und Aufgeschlossenheit auch ein kleines bisschen Mut. Wir hoffen, dass möglichst viele Menschen den Mut haben werden, sowohl in ihrem privaten als auch in ihrem Arbeitsbereich Dinge neu zu denken und dann auch anders zu machen. Für sich selbst, für unsere Gäste und für eine liebens- und lebenswerte Sächsische Schweiz.

## IMPRESSUM

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

Stand: 2022

Texte:  
Yvonne Bethage, Kim Hartwig, Andreas  
Koch, Bente Grimm, Wolfgang Günther,  
Eckhard Voß

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

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



   **Entwicklungsprogramm  
für den ländlichen Raum  
im Freistaat Sachsen  
2014 - 2020**

Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des  
ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete