



Echte Küste. Echtes Land.

Dithmarschen

Echt nachhaltig!

Leitfaden für Betriebe in der Urlaubsregion Dithmarschen

Die gesamte Vielfalt entdecken.
www.echt-dithmarschen.de

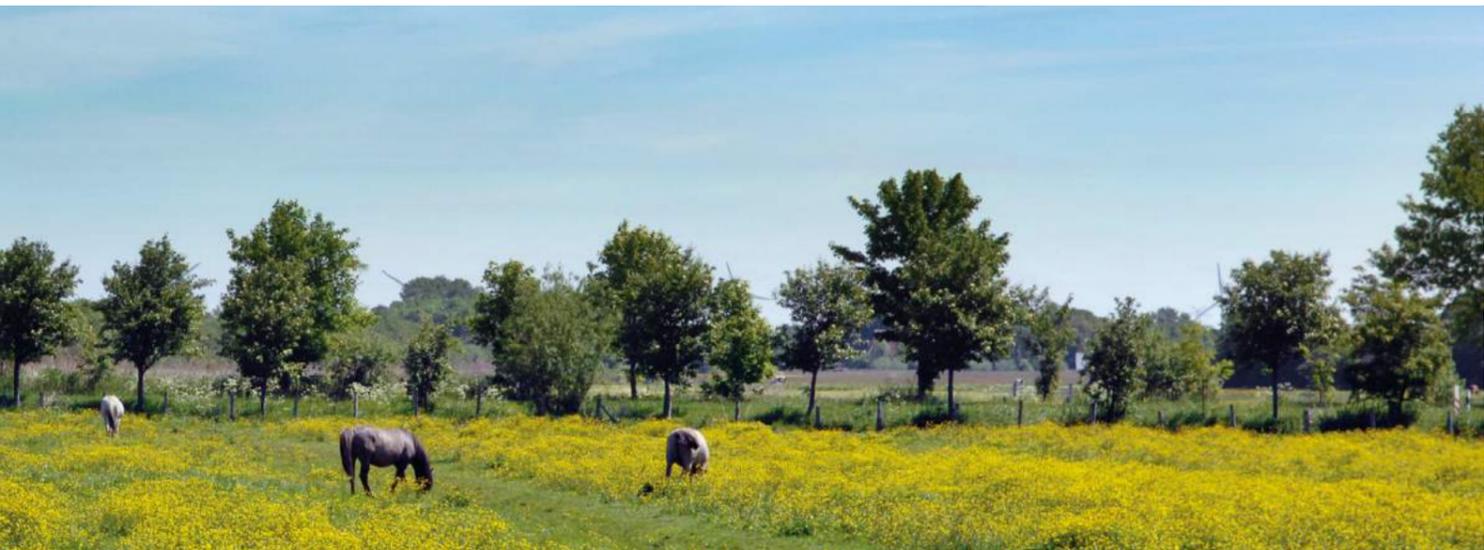


Landesprogramm ländlicher Räume, Gefördert durch die Europäische Union - Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und des Land Schleswig-Holstein. Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete.

nordsee

Schleswig-Holstein
Der echte Norden





Helge Haalck, Geschäftsführer Dithmarschen Tourismus e.V.

Impressum

Projekträger
Dithmarschen Tourismus e.V.
Markt 10
25746 Heide
Telefon: 0481 / 21 22 555
Telefax: 0481 / 21 22 550
E-Mail: info@echt-dithmarschen.de
Web: www.echt-dithmarschen.de

Gefördert durch die Europäische Union - Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) und das Land Schleswig-Holstein.

Inhalte & Redaktion
reCET UG (haftungsbeschränkt)
Eisenbahnstraße 92 / 93
16225 Eberswalde
E-Mail: kontakt@reCET.de
Web: www.reCET.de

Grafische Gestaltung & Illustrationen
Denis Schött
E-Mail: denis_schoett@web.de

Lektorat
Anne Paulsen
Web: www.annepaulsen.de

Bildnachweise
Dithmarschen Tourismus e.V./Photocompany, Dithmarschen Tourismus e.V., Pixabay/
Frauke Riether, Carlos Arias, Tourismus Marketing Service Büsum GmbH/O. Franke, Steinzeitpark Dithmarschen Albersdorf, Dithmarscher Gänsemarkt, Kanal 33, Kohlosseum,
Hotel Astra Maris ©KENNEDY PRODUCTION

Druck
Pinguin Druck GmbH, Berlin

Die Broschüre wurde auf 100 % Recyclingpapier gedruckt (FSC zertifiziert).

Stand: 2024



Moin!

Aus Verantwortung gegenüber der Region und der einzigartigen Natur in Dithmarschen unterstützen wir die Förderung eines nachhaltigen Tourismus mit möglichst geringer Beeinflussung der Natur und wechselseitigem Nutzen für die Menschen vor Ort. Darüber hinaus ist es unser Ziel die einmalige Landschaft Dithmarschens mit reicher Artenvielfalt sowie dem UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer für nachfolgende Generationen zu schützen und damit die Grundlage für den touristischen Erfolg in Dithmarschen zu sichern. Diese Herausforderungen können nur gemeinsam mit vielen Akteuren auf allen Ebenen angegangen werden.

Aus diesem Grund ist Dithmarschen seit 2022 zertifiziertes „Nachhaltiges Reiseziel“ und setzt sich gemeinsam mit seinen Nachhaltigkeitspartnern für eine zukunftsfähige Tourismusentwicklung ein. Der vorliegende Nachhaltigkeitsleitfaden ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Ausrichtung des Tourismus in Dithmarschen für mehr Wettbewerbsfähigkeit und resiliente Betriebe.

Die Erarbeitung des Leitfadens ist das Ergebnis eines partizipativen Prozesses mit unseren Nachhaltigkeitspartnern, Nachhaltigkeitsrat und Fachleuten. Gemeinsam haben wir ein Nachhaltigkeitsverständnis sowie Angebotskriterien für die Urlaubsregion Dithmarschen entwickelt, um sowohl touristische Unternehmen, Einheimische und auch Gäste hierfür zu sensibilisieren und zum Mitmachen zu motivieren.

Mit Ratschlägen, praktischen Tipps und Checklisten dient er als Arbeitshilfe für Betriebe mit dem Ziel, erste Schritte in eine nachhaltigere Zukunft zu unternehmen. Am Anfang steht die Entscheidung diesen Weg zu gehen. Hierfür stehen wir Ihnen gerne zur Seite.

Wir freuen uns, gemeinsam mit Ihnen diesen Weg in eine nachhaltigere Zukunft im Tourismus in Dithmarschen zu gehen.

Tipps:

Sind Sie neugierig, wer aus der Region bereits dabei ist?
Unsere nachhaltigen Partner finden Sie unter:
www.echt-dithmarschen.de/nachhaltig-unterwegs
Wie Sie selbst mitmachen können, erfahren Sie in diesem Leitfaden und unter:
www.echt-dithmarschen.de/nachhaltigkeit

Inhalt

Vorwort	3
Nachhaltigkeit in der Urlaubsregion Dithmarschen	5
Unser Nachhaltigkeitsverständnis	
Nachhaltigkeit im Tourismus	
Tourismus klimafreundlich & resistent gestalten	8
Nachhaltiges Ressourcenmanagement	
Klimawandel & Resilienz	
Umweltfreundlich unterwegs sein	11
Informationen & Anreize für den Gast	
Umweltfreundliche Mobilität im eigenen Betrieb	
Natur & Wasser schützen und erleben	14
Sensibilisierung & Einbindung der Gäste	
Umweltschutz im eigenen Betrieb	
Regionale Produkte & Akteure einbinden	17
Nachhaltiges Gastronomie-Angebot	
Nachhaltiges Einkaufsmanagement	
Partnerschaftliche Zusammenarbeit	
Kulturelles & historisches Erbe erhalten und erleben . . .	20
Authentische Kulturerlebnisse	
Zusammenarbeit mit Kulturakteuren	
Vorteile für Bevölkerung & Beschäftigte schaffen	22
Nachhaltiges Personalmanagement	
Die Bevölkerung als Ziel- und Anspruchsgruppe	
Barrierefreies & inklusives Angebot ausbauen	25
Inklusive Angebotsgestaltung	
Kennzeichnung & Kommunikation	
Nachhaltigkeit als neuen Standard etablieren	28
Strategische Verankerung	
Labels & Zertifizierungen	
Nachhaltigkeit buchbar machen & kommunizieren	30
Erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation	
Kommunikation entlang der Customer Journey	
Mit- und voneinander lernen & vernetzen	34
Jetzt "Partnerbetrieb Nachhaltiges Reiseziel" werden!	
Wir unterstützen Sie!	

Nachhaltigkeit in der Urlaubsregion Dithmarschen

Unser Nachhaltigkeitsverständnis

Wir sind echt Dithmarschen – gemeinsam entwickeln wir uns echt nachhaltig!

Erhöhung der Lebensqualität

Der Tourismus in unserer Region hat sowohl die Gäste als auch die Bevölkerung und die Unternehmen mit ihren Mitarbeitenden im Blick. Zusammen schaffen wir einen zukunftsfähigen Tourismus, der langfristig Wertschöpfung ermöglicht und zugleich die Lebensqualität der Menschen vor Ort erhöht.

Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit bei allen touristischen Planungen und Aktivitäten als „Standard“ im Tourismus zu etablieren. Bei unseren Entscheidungen orientieren wir uns an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, den Sustainable Development Goals (SDG).

Erhalt unseres Erbes

Wir sind stolz auf unsere Urlaubsregion Dithmarschen. Wir wissen um den Wert unseres kulturellen und historischen Erbes sowie unserer einzigartigen Naturlandschaft. Gemeinsam setzen wir uns für deren Erhalt ein und arbeiten an einem inklusiven und fairen Zugang für alle.

Voller Energie in die Zukunft

Wir rücken unsere regionalen Akteure und Produkte in den Mittelpunkt und schaffen konkret buchbare, authentische und umweltfreundliche Angebote. Zusammen engagieren wir uns für Klimaschutz und nachhaltige Mobilität, die Gästen und Einheimischen gleichermaßen zugutekommen. Als Teil der „Energieküste“ entwickelt sich Dithmarschen zum Vorreiter beim Ausbau und der Nutzung von erneuerbaren Energien.

Touristisch entwickeln wir die Region, aber auch uns selbst nachhaltig weiter und scheuen uns nicht davor, unsere Arbeit immer wieder auf den Prüfstand zu stellen. Wir freuen uns darauf, von- und miteinander zu lernen, wie wir den Tourismus in Dithmarschen kontinuierlich nachhaltiger gestalten können.

Bei aller Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit, verlieren wir nicht unsere Leichtigkeit, sondern gehen die Umsetzung motiviert und mit Neugier an.

Mai 2024



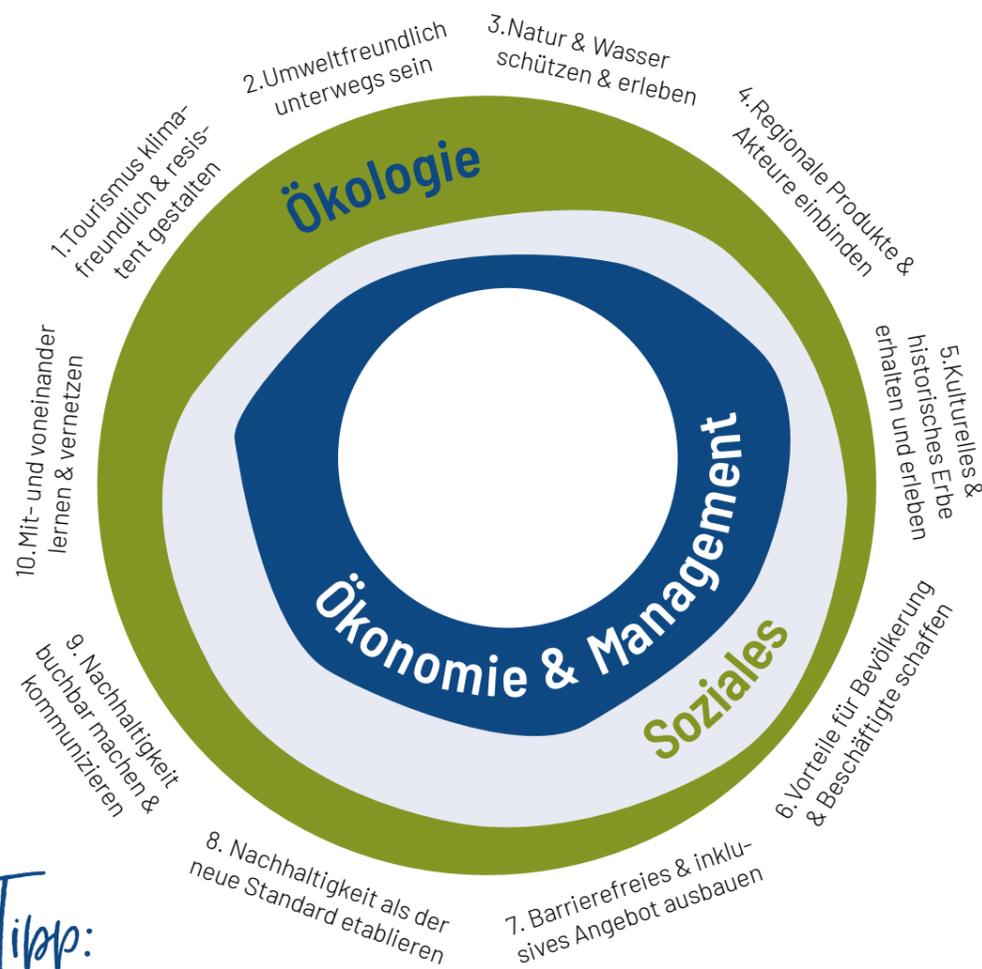
Nachhaltigkeit im Tourismus

Nachhaltigkeit ist heutzutage in aller Munde – geprägt wurde der Begriff jedoch bereits vor etwa 300 Jahren in der Forstwirtschaft. Dort beschrieb er ursprünglich das Prinzip, dass dem Wald nur so viel Holz entnommen wird, wie im gleichen Zeitraum nachwächst. Auch wenn es bis heute keine allgemeingültige Definition gibt, so ist doch klar: Nachhaltigkeit hat immer die Zukunft im Blick. Man könnte auch sagen: Heute nicht auf Kosten von morgen und hier nicht auf Kosten von anderswo handeln.

Eine nachhaltige Tourismusentwicklung zielt darauf ab, durch strategisches Management die negativen Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft zu minimieren und gleichzeitig den Mehrwert in diesen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit zu maximieren. Ein nachhaltiger Tourismus berücksichtigt dabei nicht nur die Bedürfnisse der Reisenden, sondern auch der

Bevölkerung und Unternehmen mit ihren Beschäftigten, und bringt diese miteinander in Einklang. So soll eine tragfähige Balance zwischen ökonomischen Interessen, ökologischer Verträglichkeit, sozialer Gerechtigkeit und kultureller Sensibilität hergestellt werden.

Gemeinsam mit vielen engagierten Beteiligten haben wir zehn Kernthemen der touristischen Nachhaltigkeit in Dithmarschen erarbeitet, die alle Dimensionen der Nachhaltigkeit abdecken. Sie bilden die Grundlage unseres regionalen Nachhaltigkeitsverständnisses und beschreiben, wie wir in unserer Region den Begriff Nachhaltigkeit ganz konkret mit Leben füllen wollen. Die Kernthemen schaffen auch die Basis für die Kapitel des vorliegenden Leitfadens, der Ihnen mit seinen Informationen, Best-Practice-Beispielen und Checklisten einen einfachen Einstieg in die nachhaltige Betriebsführung ermöglichen soll.



Tip:

An verschiedenen Stellen in der Broschüre finden Sie QR-Codes. Über die dort hinterlegten Links gelangen Sie direkt zu ergänzenden Informationen und Materialien, die für Sie laufend aktualisiert und ergänzt werden. Scannen Sie die QR-Codes einfach mit dem Smartphone. Auch alle hier im Leitfaden abgedruckten Informationen und Checklisten finden Sie auf unserer Website unter: www.echt-dithmarschen.de/nachhaltigkeit/leitfaden



Sieben gute Gründe für nachhaltiges Wirtschaften

1. Schutz der Umwelt

Sie verkleinern Ihren ökologischen Fußabdruck, schonen natürliche Ressourcen und schützen die Vielfalt der Tier- und Pflanzenwelt sowie das Klima. Das hilft, langfristig eine intakte Natur und Landschaft als Grundlage für attraktive touristische Erlebnisse zu erhalten.

2. Effizienzsteigerung

Durch Nachhaltigkeitsmaßnahmen können Sie Energie- und Wasserkosten einsparen und somit dauerhaft die Rentabilität Ihres Betriebs verbessern.

3. Soziale Verantwortung

Eine nachhaltige Tourismusentwicklung fördert die soziale Gerechtigkeit, respektiert die lokale Kultur und kommt der Urlaubsregion zugute, indem sie zur Wertschöpfung beiträgt, regionale Unternehmen stärkt und die Lebensqualität der Bevölkerung verbessert.

4. Arbeitskräftegewinnung und -bindung

Durch ein nachhaltiges Personalmanagement verbessern Sie die Beschäftigungsqualität und machen

Ihr Unternehmen für Bewerbende und Mitarbeitende attraktiver.

5. Wettbewerbsvorteil

Als Unternehmen, das der Nachhaltigkeit einen hohen Stellenwert einräumt, heben Sie sich auf dem Markt ab. Sie sprechen umweltbewusste Reisende an und gewinnen diese als Kundengruppe.

6. Gästezufriedenheit

Durch nachhaltiges unternehmerisches Handeln steigern Sie die Qualität Ihres Angebots, was zu einer höheren Gästezufriedenheit und -treue führt.

7. Zukunftsfähigkeit

Nachhaltigkeit hilft Ihnen, sich auf veränderte Wünsche der Reisenden, gesetzliche Vorschriften und globale Herausforderungen wie den Klimawandel vorzubereiten. Sie sichert langfristigen Erfolg und Widerstandsfähigkeit in einer sich schnell wandelnden Branche.

Tourismus klimafreundlich & resilient gestalten

Nachhaltiges Ressourcenmanagement

Einige ressourcenschonende Maßnahmen sind – nicht zuletzt aufgrund des steigenden Kostendrucks – bereits gängige Praxis in vielen Tourismusbetrieben. Müll sorgfältig trennen, auf den täglichen Wechsel der Gästehandtücher verzichten und das Büro so papierlos wie möglich gestalten – jeder Schritt auf dem Weg zu einem umfassenden und nachhaltigen Ressourcenmanagement zählt! Hierbei stehen nicht nur die Optimierung der Energieeffizienz und der sparsame Einsatz von Wasser im Fokus, sondern auch Themen wie verantwortungsvoller Materialeinsatz, Abfallvermeidung und umweltgerechte Entsorgung.

In der Praxis zeigt sich immer wieder, dass der bewusste Umgang mit Ressourcen helfen kann, Kosten einzusparen, ohne die Aufenthaltsqualität der Gäste negativ zu beeinflussen. Oftmals locken staatliche Förderprogramme mit zusätzlichen finanziellen Anreizen. Neben

dem Tagesgeschäft bleibt jedoch häufig wenig Zeit, sich tiefer mit dem Thema Ressourcenmanagement auseinander zu setzen. Nutzen Sie daher gezielt die Nebensaison und scheuen Sie sich nicht, professionelle Unterstützung in Anspruch zu nehmen! So kann zum Einstieg eine qualifizierte Energieberatung helfen, verdeckte Einsparpotenziale und sinnvolle Investitionsmaßnahmen zu identifizieren.

Während größere strategische Investitionen wie beispielsweise zur Dämmung der Außenfassade empfehlenswert sein können, sind auch die kleinen Hebel nicht zu unterschätzen. Oder wussten Sie, dass jedes Grad Raumtemperatur weniger ca. 6 % der Heizkosten spart? Weitere Anregungen für erste Maßnahmen ohne oder mit geringen Investitionen und schneller Amortisation finden Sie in der Infobox. So können Sie direkt loslegen!

Tipps:

Schnelle Sofortmaßnahmen - kleiner Aufwand, große Wirkung!

- Wechsel zu Ökostrom bzw. grünem Strom aus der Region
- Umrüstung auf energiesparende LED-Leuchtmittel
- Installation von Zeit-, Bewegungs- oder Tageslichtsteuerungen für die Beleuchtung in wenig genutzten Betriebs- und Außenbereichen
- Reinigung und Wartung der Heizung sowie Lüftungs- und Klimaanlage in regelmäßigen Abständen
- Nutzungsoptimierung der Heizkörper (z. B. Freihaltung von Abdeckungen wie etwa Vorhängen, regelmäßiges Luftblasen)
- Nachrüstung der Heizkörper mit elektronischen Thermostatventilen
- Optimierung der Heizungs- und Warmwassereinstellungen (z. B. Überprüfung der Raumtemperatur und ggf. Absenkung der Vorlauftemperatur, Einstellung einer Nachtabsenkung)
- Anpassung der Temperatur bei Kühlgeräten und Minibars auf tatsächlich benötigtes Minimum

- Wartung der Kühlungsgeräte in regelmäßigen Abständen (z. B. Reinigung der Kühlaggregate, Enteisung der Tiefkühlgeräte)
- Installation von Durchflussbegrenzern oder Wassermengenreglern an den Armaturen
- Umrüstung auf wassersparende Duschköpfe
- Verzicht auf die tägliche Durchführung von Handtuchwechseln und Zimmerreinigungen
- Sammlung von Regenwasser und Nutzung zur Bewässerung von Pflanzen
- Nutzung von Mehrweg- und Pfandsystemen
- Verzicht auf Einweggeschirr und -verpackungen
- Vermeidung von Plastik und Einzelverpackungen
- Recycling und fachgerechte Entsorgung von (Sonder-) Abfällen (z. B. Essensreste, Fette, Batterien, elektronische Geräte)
- Digitalisierung von Büroabläufen (z. B. Rechnungen, Angebote und Reservierungen)

Da geht noch mehr! Weitere Infos und detaillierte Hilfestellungen für Ihr betriebliches Energie-, Wasser- und Abfallmanagement finden Sie hier:



Best Practice:

Tourismus Marketing Service Büsum GmbH

Als Marketingorganisation vermarktet die TMS das Nordseeheilbad Büsum mit seinen 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern und knapp 400.000 Gästen und über 2,2 Mio. Übernachtungen pro Jahr. Unter anderem veranstaltet die TMS Events, ist für den Strand und die Familienlagune zuständig und betreibt das Watt'n Hus mit seinen Services und Räumlichkeiten.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

ein kontinuierlicher Prozess, der unsere Angebote und unser Verhalten mit der Natur, der Bevölkerung und den Unternehmen vor Ort in Einklang bringt. So ist unser Ziel, den Tourismus in Büsum zukunftsfähig und dennoch naturnah zu gestalten.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

er unumgänglich ist, um jetzigen sowie zukünftigen Generationen ein gutes Leben zu ermöglichen.



Es ist sowohl ein intrinsischer Wunsch des Unternehmens, zukunftsfähig zu handeln, als auch ein durch die ständig steigende Nachfrage definierter Kernaspekt unseres Tagesgeschäftes.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist, dass wir durch die konkrete Unterstützung lokaler Projekte im Bereich Klimaschutz Veränderung bewirken können und so als Vorbild im Ort und darüber hinaus dienen. Außerdem werden mit der Kleinbahn Krabbenexpress jährlich über 200.000 Gäste im Ort befördert und können somit auf ihr Auto im Urlaub verzichten. Mit der Veranstaltung „Moin Morgen“ alle zwei Jahre sensibilisieren wir alle Interessierten zusätzlich für das Thema.

Mehr Infos: www.buesum.de

Klimawandel & Resilienz¹

Die Beziehung zwischen Klimawandel und Tourismus ist komplex. Klar ist: Die Branche ist wie kaum eine andere von der Intaktheit natürlicher Ressourcen abhängig. Landschaft, Natur und Artenvielfalt sind dabei vor allem in ländlichen Räumen, zu denen auch Dithmarschen zählt, maßgeblicher Bestandteil des Reiseerlebnisses. Gleichzeitig entstehen durch touristische Aktivitäten, insbesondere durch die Mobilität der Gäste bei An- und Abreise und der Fortbewegung vor Ort, große Mengen an Treibhausgasemissionen. Der Tourismus ist damit zugleich Betroffener als auch Mitverursacher der Erderwärmung.

Für Sie und Ihren Betrieb bedeutet dies, dass Sie in zwei Richtungen tätig werden sollten: Zum einen gilt es, Maßnahmen zum Klimaschutz umzusetzen und die eigenen Treibhausgasemissionen zu senken. Immerhin hat Schleswig-Holstein das ambitionierte Ziel, bis 2040 klimaneutral zu sein und damit eine Vorreiterrolle in Deutschland einzunehmen! Zum anderen sollten Sie sich an die bereits eingetretenen Klimawandelfolgen anpassen und sich auf mögliche zukünftige Klimarisiken vorbereiten.

Im ersten Schritt geht es darum, den betrieblichen CO₂-Fußabdruck zu ermitteln. Dabei werden alle Treibhausgasemissionen berücksichtigt, z.B. Energieversor-

gung, Lebensmittel und Gästeanreise. Zwar verpflichtet die EU-Richtlinie zum sogenannten „Corporate Sustainability Reporting“ bisher nur größere Unternehmen zur Berichterstattung über klimabezogene Informationen. Allerdings ist die Berechnung der unternehmensindividuellen Treibhausgasbilanz wichtig, um zu erkennen, wo am meisten CO₂-Emissionen durch den Betrieb frei werden. Dadurch werden die Hebel zur größten Treibhausgas-Reduktion ersichtlich, die Sie für wirksame Klimaschutzmaßnahmen nutzen können. Viele Anregungen für Maßnahmen, die nicht nur der Natur und dem Klima, sondern auch Ihrem Geldbeutel zugutekommen, finden Sie in diesem Leitfaden. Binden Sie auch den Gast in Ihre Klimaschutzbemühungen ein!

¹ Resilienz beschreibt die Fähigkeit einer Person, eines Unternehmens oder eines Systems schwierige Situationen wie Krisen oder Katastrophen ohne dauerhafte Beeinträchtigung zu überstehen.

So können Sie den Reisenden bereits bei Buchung anbieten, dass sie freiwillig die CO₂-Emissionen, die durch ihre Übernachtung bzw. durch die Nutzung Ihres Angebots entstehen, kompensieren. Unterstützen Sie dabei vertrauensvolle und bestenfalls regionale Kompensationsprojekte.

Die Folgen des Klimawandels sind bereits jetzt in den deutschen Urlaubsdestinationen spürbar. Halten Sie für Gäste daher wetterangepasste Angebote, Tipps für heiße Tage u. v. m. bereit. Machen Sie auch Ihren Betrieb fit für die Zukunft: Informieren Sie sich, welche Veränderungen und Klimawandelfolgen auf Ihren Standort zukommen. Prüfen Sie, welche Maßnahmen Sie bereits jetzt ergreifen können, um diesen frühzeitig entgegen zu können. So kann die Anlage eines Gründachs beispielsweise durch die Verdunstungsleistung der Pflanzenschicht in heißen Sommern für Kühlung sorgen und im Winter als Wärmedämmung fungieren. Bei Starkwetterereignissen kann ein begrüntes Dach zudem Regenwasser speichern und so zur Entlastung der Kanalisation beitragen. Berücksichtigt man neben der Einsparung von Energiekosten auch die ästhetische Funktion des Gründachs

und die Förderung der Artenvielfalt durch zusätzlichen Lebensraum wird schnell klar: Gut gewählte Maßnahmen zur Klimawandelanpassung können sich auf vielfältige Weise positiv auf den Betrieb, die Menschen und die Natur auswirken.

Herausforderungen für Ihren Betrieb ergeben sich jedoch nicht nur aus dem Klimawandel, wie die COVID-19-Pandemie schmerzlich bewiesen hat. Um langfristig zukunfts- und wettbewerbsfähig zu bleiben, kann eine umfassende Risikoanalyse hilfreich sein. So erkennen Sie mögliche Risikofaktoren wie Engpässe bei der Energieversorgung oder auch Veränderungstrends bei der touristischen Nachfrage und können Ihre Widerstandsfähigkeit erhöhen. Insbesondere die Vernetzung und die Kooperation mit anderen Akteuren sowie die Etablierung regionaler Wirtschaftskreisläufe können zu einer höheren Resilienz führen.

Klimaschutz, Klimaanpassung und Resilienz – keine einfachen, aber dafür umso wichtigere Themen. Nutzen Sie unser ergänzendes Online-Angebot, um tiefer einzusteigen und auf weitere Hilfestellungen zuzugreifen:



Checkliste

Wesentlich:

- Wir messen unseren Strom- und Wärmeverbrauch regelmäßig und setzen entsprechende Energie-sparmaßnahmen um.
- Strom und Wärme für unseren Betrieb stammen aus erneuerbaren Energiequellen.
- Wir setzen Maßnahmen zur Einsparung und Reinhaltung von Wasser um.
- Durch gezielte Maßnahmen wie dem Verzicht auf Einweg-Materialien reduzieren wir das Abfallaufkommen unseres Betriebs.
- Den Papiereinsatz in unserem Betrieb beschränken wir auf ein Minimum.
- Bei allen unverzichtbaren Dokumenten und Printmedien achten wir auf einen umwelt- und klimafreundlichen Druck.
- Unsere Gäste werden zum bewussten und sparsamen Umgang mit Ressourcen (Energie, Wasser, Abfall etc.) motiviert.

Wünschenswert:

- Bei Bau- und Renovierungsmaßnahmen setzen wir konsequent auf umweltfreundliche und energieeffiziente Lösungen.
- Wir erzeugen unsere Energie selbst.
- Bei Banken, Kreditinstituten, Versicherungen und betrieblichen IT-Anwendungen nutzen wir nachhaltige Serviceangebote.
- Wir haben den CO₂-Fußabdruck unseres Betriebs ermittelt und kennen die wesentlichen Hebel für mehr Klimaschutz.
- Unsere Besucherinnen und Besucher haben die Möglichkeit, den während ihres Aufenthalts entstandenen CO₂-Ausstoß zu kompensieren.
- Wir kennen die Risiken, die durch den Klimawandel für unseren Betrieb entstehen und setzen entsprechende Maßnahmen zur Klimaanpassung um.

Umweltfreundlich unterwegs sein

Informationen & Anreize für den Gast

Ohne Mobilität kein Tourismus – Mobilität ist Grundvoraussetzung, damit Gäste ihren Urlaubsort erreichen und sich vor Ort bewegen können. Mit Blick auf die Nachhaltigkeit ist entscheidend, welche Verkehrsmittel die Reisenden nutzen. Auch wenn Sie als Touristikerin und Touristiker keinen direkten Einfluss auf die ÖPNV-Anbindung der Region und Ihres Betriebs haben, gibt es doch Möglichkeiten, wie Sie eine umweltfreundliche Mobilität Ihrer Gäste fördern können. Grundlegend ist die Bereitstellung von umfassenden und leicht zugänglichen Informationen sowohl auf Ihrer Website als auch in Ihren Printmedien wie etwa Gästemappen. Auch die Mitarbeitenden müssen entsprechend geschult sein und sich gut auskennen, um elektronische und persönliche Anfragen zur Verkehrsanbindung und den Mobilitätsangeboten vor Ort verlässlich beantworten zu können.

Geben Sie den Reisenden Infos zur umweltfreundlichen An- und Abreise an die Hand. Versetzen Sie sich dazu in deren Situation: Welche Zugverbindungen aus den nächstgelegenen Großstädten gibt es? Wenn Ihr Betrieb nicht in unmittelbarer Nähe zum Bahnhof liegt, lassen Sie die Gäste wissen, wie man die sogenannte „letzte Meile“ zurücklegen kann. Welche Busse fahren Ihren Standort an? Wo erfolgt ggf. ein Umstieg? Machen Sie es den Reisenden so einfach wie möglich, indem Sie beispielsweise die Fahrplanauskünfte der Verkehrsver-

bünde auf Ihrer Website im Menüpunkt „Kontakt“ bzw. „Anfahrt“ direkt verlinken. So helfen Sie den Gästen, nachhaltige Reiseentscheidungen zu treffen, indem Sie bereits bei der Buchung gezielt Anreize setzen. Warum die Besucherinnen und Besucher nicht für ihre Anreise mit dem Umweltverbund mit einem Rabatt auf den Übernachtungs- bzw. Eintrittspreis oder der Aussicht auf einen Dankeschön-Korb auf dem Zimmer belohnen? Füllen Sie diesen dann noch mit regionalen Produkten, unterstützen Sie damit zugleich die örtlichen Betriebe.

Während ihres Aufenthalts möchten die Gäste die Urlaubsregion flexibel und unkompliziert erkunden. Nur wenn dies auch ohne eigenes Auto komfortabel gelingt, werden sie öffentliche Verkehrsmittel für die Anreise wählen. Zeigen Sie den Interessierten daher vor und während der Reise, wie einfach sie sich innerhalb der Region fortbewegen können, indem Sie z. B. auf Fahrrad-Leihstationen und Sharing-Angebote hinweisen und den aktuellen Fahrplan gut sichtbar in Ihre Website einbinden und vor Ort aushängen. Stellen Sie für Reisende, die mit einem Elektroauto anreisen, eine Übersicht über E-Ladestationen in der Region bereit. Empfehlen Sie den Reisenden außerdem bewusst solche Freizeitangebote und Sehenswürdigkeiten, die zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV erreichbar sind und halten Sie auch gleich die passenden Infos zur Anbindung bereit.

² Unter dem Begriff Umweltverbund werden alle umweltfreundlichen Verkehrsmittel zusammengefasst. Hierzu zählen die öffentlichen Verkehrsmittel (Bahn und Bus), nicht motorisierte Verkehrsträger (Fußgängerinnen und Fußgänger, private oder öffentliche Fahrräder) sowie Carsharing und Mitfahrzentralen.



Umweltfreundliche Mobilität im eigenen Betrieb

Nicht immer reichen die regionale Infrastruktur und das öffentliche Angebot aus, um eine komfortable Mobilität für Gäste mit dem ÖPNV durchgehend zu gewährleisten. Prüfen Sie, inwiefern Sie eigene Ergänzungsangebote zur Verfügung stellen können. Damit wird Ihr Angebot auch für solche Reisenden interessant, die selbst keinen PKW oder Führerschein besitzen oder aus Gesundheits-, Alters- oder sonstigen Gründen kein Auto fahren wollen oder können – und das sind nicht wenige! Bieten Sie beispielsweise einen Abholservice vom Bahnhof bzw. der Bushaltestelle an. Durch die Absprache und Koordination mit benachbarten Betrieben können Sie hier ggf. Kräfte bündeln. Auch die Möglichkeit, sich vor Ort Fahrräder, E-Bikes oder ein elektronisches Gästemobil zu leihen, wird von vielen Reisenden gerne genutzt.

Durch sichere Ab- und Unterstellmöglichkeiten für die Fahrräder der Gäste schaffen Sie optimale Voraussetzungen für Radreisende. Sie wollen noch einen Service-

Schritt weiter gehen? Dann halten Sie auch Luftpumpen und Flickzeug parat! Es kann sich außerdem lohnen, für die wachsende Gruppe von Reisenden mit Elektrofahrzeugen entsprechende Ladeinfrastruktur am Betrieb bereitzustellen. So können diese Gäste bequem Strom tanken, während sie das Angebot bei Ihnen genießen.

Unterstützen Sie auch Ihre Mitarbeitenden darin, sich umweltfreundlich fortzubewegen: Der Einsatz von Dienstfahrrädern, Zuschüsse für den Erwerb eines eigenen (E-)Fahrrads oder die Bereitstellung eines Jobtickets können hierzu gute Dienste leisten. Auch darüber hinaus sollten Sie die Mobilität im eigenen Betrieb auf den Prüfstand stellen: Besteht die Möglichkeit, dass Sie Ihr eigenes Fahrzeug bzw. Ihre Fahrzeugflotte auf E-Antrieb umstellen? Gibt es Wege, die Sie mit dem Fahrrad oder Lastenrad zurücklegen können? Das ist nicht nur gut für die Umwelt, sondern spart auch Benzinkosten!

Checkliste

Wesentlich:

- Sofern bei unserem Betrieb eine An- und Abreise mit Bus oder Bahn möglich ist, informieren wir Reisende detailliert und an erster Stelle über diese Möglichkeit.
- Gäste finden bei uns umfassende und leicht zugängliche Informationen zu den Mobilitätsangeboten vor Ort.
- Wir setzen Maßnahmen zur Einsparung und Reinhaltung von Wasser um.
- Reisenden stellen wir eine Übersicht über E-Lademöglichkeiten in der Region zur Verfügung.

Infografik: CO₂e-Fußabdruck der Anreise von Düsseldorf nach Heide

Bahn:
9,36 kg CO₂e



PKW:
69,7 kg CO₂e

Flugzeug:
98,7 kg CO₂e



Wünschenswert:

- Reisende können bei uns im Betrieb eine Ladestation für Elektrofahrzeuge (E-Car, E-Bike etc.) nutzen.
- Unsere betriebliche Fahrzeugflotte haben wir auf nachhaltige Fahrzeuge umgerüstet.
- Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden gezielt darin, den Weg zur Arbeit umweltfreundlich zu gestalten.
- Wir haben den CO₂-Fußabdruck unseres Betriebs ermittelt und kennen die wesentlichen Hebel für mehr Klimaschutz.
- Unsere Gäste erhalten für ihre umweltschonende An- und Abreise eine Belohnung.
- Wir bieten einen Shuttle-Service vom und zum Bahnhof bzw. Bushaltestelle an.
- Wir setzen gezielt Anreize, damit sich die Reisenden während des Aufenthalts umweltfreundlich fortbewegen.

Hilfreiche Links und weiterführende Infos rund um das Thema „Umweltfreundlich unterwegs“ haben wir Ihnen online zusammengestellt:



Best Practice:

Hotel Astra Maris

Das 4-Sterne-Boutiquehotel Astra Maris liegt direkt am UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer und an der Nordsee. In 23 Zimmern, 1 Suite und 8 Apartments bietet das Hotel gemütlich eingerichtete Zimmer mit individuellen Design-Objekten und technisch hochwertiger Ausstattung inklusive einer Wellness-Oase über den Dächern Büsums.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

umweltfreundliche Angebote zu fördern. Daher bieten wir eine besondere Green Rate bei Anreise mit E-Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln mit Kostenersparnis und kostenfreiem Tanken von grünem Strom an der hoteleigenen E-Ladesäule an. Ein Fahrradparkplatz und eine Ladestation für E-Bikes unterstützen darüber hinaus grüne Mobilität.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

wir unsere einzigartige Natur und Umwelt vor der Haustür bewahren wollen – als Lebens-



raum für Mensch und Tier, für unsere Gäste und uns. Als Hotel mit Gastronomiebetrieb wollen wir mit gutem Beispiel vorangehen, nachhaltig wirtschaften und arbeiten und den grünen Tourismus fördern.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist die vermehrte Buchung unserer grünen Angebote und das positive Feedback der Gäste. Besonders stolz sind wir auch über unsere zahlreichen Auszeichnungen durch zertifizierte Nachhaltigkeitsbewertungssysteme.

Mehr Infos: www.astra-maris.de



Thomas Hief

Natur & Wasser schützen und erleben

Sensibilisierung & Einbindung der Gäste

Der Strand und das Meer, das Klima und die Landschaft gehören als „natürliche“ und „maritime“ Aspekte zu den häufigsten Entscheidungsgründen für einen Aufenthalt in Dithmarschen. Natur und Wasser sollen zu Erholungszwecken erlebbar sein und zugleich durch eine nachhaltige Tourismusentwicklung geschützt und bewahrt werden. Nur so bleibt der Tourismus in Dithmarschen zukunftsfähig!

Die wenigsten Reisenden verhalten sich bewusst umweltschädlich. Vielen sind die negativen Auswirkungen ihres Handelns schlicht nicht bekannt. Hier können Sie ansetzen und die Reisenden für Natur- und Umweltschutz sensibilisieren, indem Sie beispielsweise Informationsmaterial regionaler Schutzgebiete wie dem Nationalpark Wattenmeer auslegen bzw. verlinken und auf geltende Naturschutzregeln hinweisen. Geben Sie den Gästen Hilfestellungen zum richtigen Verhalten in der Natur an die Hand, ohne sie dabei zu belehren. Eine humorvolle Ansprache motiviert mitunter mehr als Verbote.

Nicht nur für Kinder, auch für Erwachsene sind Angebote zur Umweltbildung, etwa Touren mit Rangerinnen und Rangern, ein großartiges Instrument, um einzigartige Naturerlebnisse zu schaffen und wie nebenbei Wissen rund um das Thema Naturschutz zu vermitteln. Geben Sie den Reisenden auch die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden und sich in Projekte zum Schutz von Natur und Artenvielfalt – wie etwa Clean-up-Days und anderen Volunteer-Angeboten – einzubringen, indem Sie diese selbst anbieten oder auf entsprechende Initiativen in der Region hinweisen. Durch Aktivitäten wie das gemeinsame Basteln und Ausbringen von Wildbienenhotels und Nistkästen oder das Pflanzen von Bäumen leisten die Gäste nicht nur einen Beitrag zum Naturschutz, sondern werden auch motiviert, wiederzukommen und die Entwicklung zu verfolgen. Natürlich können Sie die Reisenden auch ermuntern, sich finanziell an Schutzprojekten zu beteiligen, etwa durch die Einführung eines „Buchungseuros“ für einen guten Zweck oder das Aufstellen einer Spendendose.

Best Practice:

Nationalpark-Wattführer Thomas Hief

Als Nationalpark-Wattführer und Nationalpark-Partner gehört Thomas Hief zur Wattführergemeinschaft der Dithmarscher Nordseeküste und bietet ganzjährig Wattwanderungen an der Dithmarscher Küste an. Neben dem Naturerlebnis ist die Vermittlung des schützenswerten Lebensraums Wattenmeer ein wichtiger Teil seiner Arbeit.

Nachhaltigkeit bedeutet für mich ...

in Bezug auf meine Tätigkeit, die Leute zu sensibilisieren und Nachhaltigkeit zu vermitteln.

Nachhaltiger Tourismus ist für mich der richtige Weg, weil ...

es unter anderem die einzige Möglichkeit ist, Tourismus in Naturschutzgebieten oder im Umfeld der Naturschutzgebiete möglich zu machen.

Ein nachhaltiger Erfolg über den ich mich besonders freue, ...

sind die positiven Rückmeldungen nach Wattführungen, da ich im Rahmen der Umweltbildung auf Nachhaltigkeitsthemen in der Region aufmerksam machen kann. Wenn die Leute so ein Aha-Erlebnis hatten und tatsächlich ihr Handeln ändern, indem sie z. B. in Hofläden oder auf Wochenmärkten in der Region einkaufen.

Mehr Infos: www.watterleben.de

Umweltschutz im eigenen Betrieb

Nicht nur die Gäste, auch Sie als Tourismusanbieterinnen und -anbieter sind gefragt, wenn es um den Erhalt der Natur und der Artenvielfalt geht. Dies fängt bereits bei Bau- und Renovierungsmaßnahmen an: Durch eine ökologische Bauweise, den Einsatz natürlicher und schadstofffreier Baustoffe wie Holz, Stein und Lehm und die Wahl nachhaltiger Beläge und Farben für Böden und Wände können Sie einen großen Beitrag leisten. Umweltzeichen wie der „Blaue Engel“ oder das „FSC-Siegel“ können dabei Orientierung bieten. Sie schaffen damit nicht nur einen Mehrwert für die Umwelt, sondern durch das gesunde Raumklima auch für sich, Ihre Mitarbeitenden und Gäste. Auch Gründächer und Fassadenbegrünungen sehen nicht nur schön aus und sind gut für Natur und Umwelt – auch ihre dämmenden

und kühlenden Eigenschaften im Sommer sind angesichts steigender Durchschnittstemperaturen nicht zu vernachlässigen.

Vor der Haustür geht es weiter: Gehören zu Ihrem Betrieb Außenanlagen und Betriebsflächen, gestalten Sie diese möglichst naturnah! Wer Wildblumenwiesen statt pflegeintensiver Rasenflächen anlegt und heimische Hecken und Natursteinmauern pflanzt, wird nicht nur mit einer steigenden Natur- und Artenvielfalt belohnt, sondern schafft auch attraktive Erlebnis- und Erholungsräume für Mitarbeitende und Gäste. Brutkästen und Nistmöglichkeiten für Wildbienen, Vögel und Fledermäuse tragen dazu bei, die Tierwelt zu fördern.

Aber auch schon die insektenfreundliche Bepflanzung von Balkonkästen und Töpfen ist ein erster Schritt. Ein Garten mit heimischen Kräutern, Obst- und Gemüsesorten lädt große und kleine Besucherinnen und Besucher zum Naschen ein und ermöglicht den Einsatz frisch geernteter Zutaten in der eigenen Küche.

Wussten Sie außerdem, dass Lichtverschmutzung – also die Aufhellung des Nachthimmels durch künstliche Lichtquellen – nicht nur den Biorhythmus von Säugetieren stört, sondern auch vielen nachtaktiven Insekten schadet? Durch den Einsatz von speziellen Lampen und Laternen sowie Sensoren, die das Licht nur bei Bewegung einschalten, können Sie gegensteuern und zudem Ihre Energiekosten senken. Machen Sie sich auch darüber hinaus für das Tierwohl stark! Lassen Sie beispielsweise Mähroboter nicht nach Einbruch der Dämmerung und nachts fahren und verzichten Sie auf

Checkliste

Wesentlich:

- Wir machen unser eigenes, aber auch das Engagement in der Region für Natur-, Umwelt- und Landschaftsschutz durch verschiedene Medien erlebbar.
- Sensible Natur- und Landschaftsräume sparen wir in unserem Angebot entweder aus oder treffen gezielt Maßnahmen, um die negativen Auswirkungen der Gästetätigkeiten auf ein Minimum zu begrenzen.
- Wir sensibilisieren Reisende für die Naturschutzregelungen, die in unserer Region gelten, und geben Verhaltenshinweise.

den Einsatz lärmintensiver und umweltschädigender Pyrotechnik wie etwa Feuerwerk.

Vor allem aber gilt: Werden Sie kreativ! Entwickeln Sie – am besten gemeinsam mit Ihrem Team – individuelle Ideen, wie Sie die negativen Auswirkungen auf Natur, Umwelt und Landschaft verringern und Ihren positiven Beitrag erhöhen können. Auf den Websites der Naturschutz- und Umweltverbände finden Sie viele weitere Anregungen. Und: Machen Sie diese Maßnahmen für Gäste sichtbar! So können beispielsweise schön gestaltete Schautafeln, Flyer oder Aufsteller mit Wissenswerten rund um die heimische Tier- und Pflanzenwelt und Infos, wie Sie als Betrieb zum Erhalt beitragen, nicht nur Ihr konkretes Engagement ins Licht rücken, sondern auch bei den Reisenden die Wertschätzung für Natur und Umwelt fördern.

Wünschenswert:

- Wir haben Angebote entwickelt oder zeigen entsprechende Formate in der Region auf, bei denen die Gäste bewusst für Natur- und Umweltschutz sensibilisiert werden oder sich aktiv einbringen können.
- Gästen bieten wir die Möglichkeit, regionale Projekte zum Schutz von Natur und Artenvielfalt finanziell zu unterstützen.
- Die Expertise von Naturschutz- und Umweltverbänden und kommunalen Behörden beziehen wir bei unserer Angebotsgestaltung und bei neuen Projekten aktiv mit ein.
- Bei Bau- und Renovierungsmaßnahmen setzen wir nachhaltige, regionale und gesundheitsverträgliche Baustoffe und Materialien ein.
- Wir vermeiden zusätzliche Flächenversiegelungen.
- Unsere betrieblichen Außenanlagen sind naturnah und tierfreundlich gestaltet.
- Auf den Einsatz pestizidhaltiger Pflanzen- und Materialschutzmittel verzichten wir bewusst.
- Wir bauen heimische Kräuter, Obst- und Gemüsesorten an und nutzen diese für unser Angebot.
- Wir haben Maßnahmen ergriffen, um die Licht- und Lärmemissionen unseres Betriebs zu reduzieren.

Noch mehr Informationen rund um das Thema wie etwa Links zu den regionalen Beratungsstellen und Umweltverbänden sowie empfehlenswerte Bezugsquellen für Saatgut und Pflanzen finden Sie hier:



Regionale Produkte & Akteure einbinden

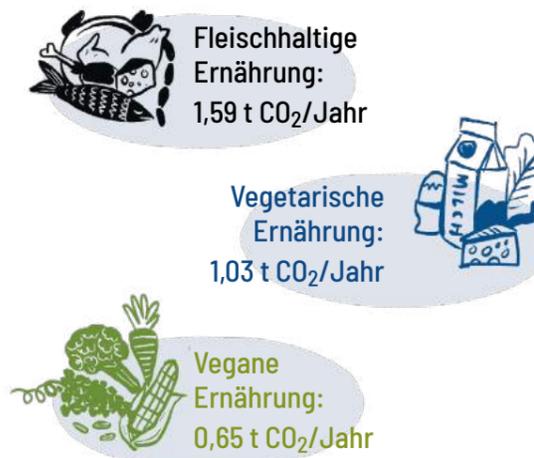
Nachhaltiges Gastronomie-Angebot

Es gibt kaum ein geeigneteres Mittel als gutes Essen, um die Region mit ihren Besonderheiten für die Gäste mit allen Sinnen erlebbar zu machen. Traditionelle Gerichte mit regionalen Zutaten sind nicht nur aufgrund der kürzeren Transportwege im Sinne der Nachhaltigkeit eine gute Wahl, sondern geben den Gästen die Möglichkeit, die lokale Küche kennenzulernen und zu genießen. Frische Produkte entsprechend den saisonalen Verfügbarkeiten garantieren Vielfalt und Qualität des kulinarischen Angebots.

Neben dem regionalen Aspekt legen Gäste zunehmend auch Wert auf gute Produktionsbedingungen, etwa Fleischwaren aus artgerechter Haltung. Ganz im Sinne der Nachhaltigkeit ist auch der sogenannte „Nose-to-Tail“-Ansatz, bei dem in der Gastronomie das gesamte Tier verarbeitet und genutzt wird. Gleichzeitig nimmt die Anzahl der Menschen in Deutschland, die sich vorwiegend oder ausschließlich pflanzlich ernähren, stetig zu. Bieten Sie daher eine Auswahl an veganen und vegetarischen Gerichten, aber auch Getränken wie z. B. Milchalternativen – bevorzugt aus regionalem oder zumindest europäischem Anbau – an. Diese sind nicht nur klimafreundlicher, sondern erfüllen auch die individuellen Ernährungsgewohnheiten Ihrer Gäste. Vielleicht haben Sie auch die ein oder andere Idee, wie Sie traditionelle Rezepte für die moderne Küche neu interpretieren können. Machen Sie es Ihren Gästen durch eine transparente Kennzeichnung der fleisch- und milchfreien Optionen sowie allergener Inhaltsstoffe dabei so einfach wie möglich, die für sie geeigneten Gerichte auszuwählen.

Nicht nur die Speisekarte, auch Aufsteller, Hinweistafeln und digitale Kommunikationsmittel können zur

Infografik: CO₂-Fußabdrücke verschiedener Ernährungsformen



Person unbestimmten Geschlechts im Alter von 30-59 Jahre und einem Gewicht von 77 kg, bewegungsarmer Job, wenig Sport, gelegentlicher Konsum von regionalen und saisonalen Lebensmitteln. Quelle: CO₂-Rechner des Umweltbundesamtes, URL: <https://uba.co2-rechner.de>, Stand: 12.05.2024.



Informationsvermittlung und zur Hervorhebung nachhaltiger Speise- und Getränkeangebote genutzt werden. So werden Gäste dazu motiviert, diese bevorzugt auszuwählen. Machen Sie zudem die Herkunft Ihrer Produkte transparent. Durch die Vorstellung Ihrer Lieferbetriebe mit kurzen Porträttexten und Fotos vermitteln Sie den Gästen einen Eindruck von den Menschen hinter den Produkten. Gerne angenommen werden auch Tipps und Empfehlungen, wo die Gäste selbst regional, biologisch und saisonal einkaufen können z. B. Hofläden in der Nähe, Bio- oder Unverpackt-Läden. So können Sie lokale Produzentinnen und Produzenten noch stärker unterstützen und ein nachhaltiges Konsumverhalten fördern.

Reduzieren Sie außerdem den Verpackungsmüll in Ihrem Betrieb und vermeiden Sie Portionsverpackungen z. B. beim Frühstück. Ermutigen Sie Ihre Gäste, Reste mit nach Hause zu nehmen. Auch durch die Zusammenarbeit mit Services wie „Too good to go“, der örtlichen Tafel oder anderen Foodsharing-Netzwerken können nicht verkaufte Speisen weitergegeben werden. Eine regelmäßige Kontrolle der Lebensmittelmengen (Portionsgrößen, Buffetangebot etc.) hilft, Überproduktionen von Anfang an zu vermeiden und damit nicht nur Ressourcen, sondern auch Kosten einzusparen.

Nachhaltiges Einkaufsmanagement

Der Einsatz von verantwortungsvoll und nachhaltig erzeugten Lebensmitteln umfasst viele Aspekte: Nicht nur Regionalität und Saisonalität spielen eine Rolle, im Sinne der Nachhaltigkeit sollten Sie vorzugsweise auch auf ökologisch erzeugte Produkte sowie artgerechte Tierhaltung und nachhaltigen Fischfang setzen. Gerade bei Importprodukten wie Kaffee oder Kakao bzw. Schokolade gilt es, darüber hinaus auf faire Produktions- und Handelsbedingungen zu achten.

Ein nachhaltiges Einkaufsmanagement beschränkt sich jedoch nicht nur auf kulinarische Produkte, sondern bezieht viele andere Waren – wie Möbel, Papier, Textilien, Kosmetik oder Reinigungsmittel – und Dienstleistungen mit ein. Auch hier sollten Sie bei der Auswahl ökologische und soziale Aspekte berücksichtigen und regionale bzw. lokale Bezugsquellen favorisieren. Anerkannte Label und Siegel können hier sowohl bei Lebensmitteln als auch bei der Neuanschaffung von Materialien und Textilien eine gute Orientierung bieten. Eine Beschaffungsrichtlinie mit feststehenden Kriterien und Zielsetzungen – etwa zu erfüllenden Zertifizierungs-

quoten – hilft dabei die betrieblichen Nachhaltigkeitsanforderungen zu konkretisieren und für alle Mitarbeitenden verbindlich festzuschreiben. Dabei muss beim Einkauf nicht immer alles neu sein: So sind etwa Möbel aus zweiter Hand häufig nicht nur eine ressourcenschonende und kostengünstige Alternative, sondern tragen auch zu einem individuellen und unverwechselbaren Ambiente bei.

Bereits bei der Beschaffung sollte auch das Thema Abfall- und Plastikvermeidung ins Blickfeld rücken. Auch wenn Zero Waste nicht immer möglich ist, sollten Sie so wenig Verpackung wie möglich und bevorzugt umweltschonende Materialien einsetzen. Getränke in Glas- statt Plastikflaschen, nachfüllbare Seifen-, Duschgel- und Shampoospender statt Einzelverpackungen oder loser Tee statt verpackter Beutel – im gesamten Einkaufsmanagement gibt es eine Vielzahl an Stellschrauben. Sollten Sie selbst Souvenirs oder andere Produkte zum Erwerb anbieten, achten Sie auch hier auf einen lokalen bzw. regionalen Bezug, nachhaltige Zutaten und Materialien sowie faire Produktionsbedingungen.

Partnerschaftliche Zusammenarbeit

Die Grundlage eines jeden nachhaltigen und regionalen Einkaufsmanagements? Eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den ortsansässigen Unternehmen, welche die entsprechenden Produkte und Dienstleistungen liefern! Dafür müssen Sie nicht nur die Betriebe, sondern auch die Unternehmensphilosophie dahinter kennen(lernen). Suchen Sie den persönlichen Kontakt! Um regionale Wertschöpfungsketten zu etablieren, kann es zudem sinnvoll sein, sich mit anderen Akteuren z. B. im Rahmen von Einkaufsgemeinschaften zusammenzuschließen.

Eine gute Möglichkeit die eigene Ausrichtung auf Regionalität zu stärken und damit auch Gästen authentischere Reiseerlebnisse zu ermöglichen, bieten darüber hinaus regionale Netzwerke und Initiativen. Im Netzwerk FEINHEIMISCH – Genuss aus Schleswig-Holstein e.V. haben sich beispielsweise Produzentinnen und Produzenten, Gastronomiebetriebe, gewerbliche und private Förderpersonen zusammengeschlossen, mit dem gemeinsamen Ziel, regionale Produkte aus Schleswig-Holstein mehr in den Fokus zu rücken. Vom Fischbrötchenimbiss über alteingesessene Landgasthöfe bis zur Sternegastronomie kochen alle FEINHEIMISCH-Mitgliedsbetriebe mit mindestens 60 Prozent der Zutaten aus regionaler Herkunft, d. h. aus Schleswig-Holstein oder aus einem Umkreis von maximal 50 Kilometer außerhalb des Bundeslandes.



Zum Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen trägt eine faire Bezahlung der Lieferbetriebe ebenso wie ein transparenter Austausch auf Augenhöhe bei. Ein Verhaltenskodex (z. B. hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Umweltauflagen etc.) ermöglicht die verbindliche Festschreibung gleicher Nachhaltigkeitsanforderungen an alle Unternehmen der Lieferkette. Die Einhaltung eines solchen Kodex sollte in regelmäßigen Abständen kontrolliert werden. Überhaupt ist Konsistenz entscheidend – pflegen Sie Ihre Netzwerke und Partnerschaften beständig. Gemeinsam lassen sich auch kulinarische Veranstaltungen ausrichten, in denen Zutaten der regionalen Partnerbetriebe die Hauptrolle spielen. Die Dithmarscher Kohltage sind dafür natürlich prädestiniert, aber auch andere regionale Schätze sind es wert, ins Rampenlicht gerückt zu werden. Das Gute daran: Jedes regionale Produkt bringt seine ganz eigene, einzigartige Geschichte mit sich, die nur darauf wartet, auf lebendige und spannende Weise erzählt zu werden!



Best Practice:

Dithmarscher Gänsemarkt

Der Dithmarscher Gänsemarkt in Gudendorf ist seit mehreren Generationen ein Familienbetrieb, der bei der Tierhaltung auf Tradition und Qualität setzt. Gänse gehören zur Familie. Sie wachsen in bäuerlicher Freilandhaltung artgerecht auf. Zum Betrieb gehören Restaurant, Café, Hofladen, Erlebnishof mit Bildungscharakter, Daunenstube und Federreinigung.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

Wertschätzung und Wertschöpfung. Die Wertschätzung, wirklich alles von der Gans zu verwerten – vom Ei über das Fleisch bis zu den Federn – und nichts zu verschwenden. Unsere Familie hat immer schon nachhaltig gedacht, weil man früher gar nicht anders denken konnte.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...



Martje und Stefan Anders, Geschäftsführung

wir selbst Kinder haben, irgendwann Enkelkinder kriegen und an die nächste Generation denken. Das, was wir jetzt aufbauen, muss daher auch sinnvoll für die Zukunft unseres Familienunternehmens sein.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist, dass wir neben der Herstellung von Daunen-Bettdecken, die in liebevoller Handarbeit entstehen, nun auch die Federreinigung anbieten können. Dafür haben wir eine alte Maschine gekauft, weil diese kleinen Maschinen nicht mehr hergestellt werden. Wir reinigen nun Bettdecken ganz ohne Chemie, mit warmem Dampf und UV-Licht.

Mehr Infos: www.gaensemarkt.de

Checkliste

Wesentlich:

- Wir haben für unseren Betrieb konkrete Kriterien (regional, bio, fairtrade etc.) bzw. Leitlinien oder Ziele für einen nachhaltigen Einkauf festgelegt.
- Wir sind vertraut mit den Arbeitsweisen und Werten unserer Lieferfirmen, Produzentinnen und Produzenten und teilen diese.
- Wir informieren Gäste und Mitarbeitende über die Herkunft unserer Produkte und stellen auch die herstellenden Betriebe vor.
- Unsere Gäste erhalten durch eine einheitliche Kennzeichnung der Produkte Informationen über besondere Merkmale und Allergene.
- Wir bieten unseren Gästen eine Auswahl von veganen und vegetarischen Speisen und Getränken an.

Wünschenswert:

- Unser Angebot bzw. unser Sortiment richtet sich nach der Verfügbarkeit von nachhaltig hergestellten und regional beziehbaren Produkten.
- Wir pflegen eine partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Zulieferbetrieben.
- Gäste erhalten von uns Informationen zu regionalen, biologischen und saisonalen Einkaufsmöglichkeiten in Dithmarschen.
- Wir ergreifen gezielt Maßnahmen zur Abfallvermeidung sowie zur Reduktion und Weiterverwendung von Lebensmittelresten.
- Wir beauftragen bei Bau- und Renovierungsarbeiten lokale Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe.

Orientierungshilfen für den Weg durch den „Labeldschungel“ bei Lebensmitteln & Co. sowie viele weitere Infos finden Sie hier:



Kulturelles & historisches Erbe erhalten und erleben

Authentische Kulturerlebnisse

Menschen sehnen sich im Urlaub nach authentischen Erlebnissen, bei denen sie in die Besonderheiten und in die Kultur der Region regelrecht „eintauchen“ können. Nicht nur kulturelle Sehenswürdigkeiten wie Museen und Denkmäler, auch immaterielle Kulturgüter wie das Plattdeutsch und lebendige Traditionen wie die Dithmarscher Kohltage sind seit jeher starke Anziehungsfaktoren für Besucherinnen und Besucher der Urlaubsregion Dithmarschen. Ein nachhaltiger Tourismus kann dazu beitragen, das kulturelle und geschichtliche Erbe der Region zu erhalten, angemessen in Wert zu setzen und für die Gäste erlebbar zu machen.

Wie Sie als Tourismusbetrieb dazu einen Beitrag leisten können? Indem Sie die materiellen und immateriellen Kulturgüter der Umgebung sichtbar machen und aktiv über Attraktionen, Veranstaltungen, Traditionen und Brauchtum informieren. Werden Sie kreativ! Neben der Verlinkung von Veranstaltungskalendern und kultureller Erlebnistipps auf Ihrer Website oder dem Auslegen von Informationsmaterial könnte beispielsweise eine „zweisprachige“ Speisekarte die hiesige plattdeutsche Sprache vermitteln. Gerade interaktive Erfahrungen wie Kunsthandwerk-Workshops oder Kochkurse, die die regionale Küche und Esskultur widerspiegeln, fördern das Verständnis für die lokale Kultur und bereichern das Reiseerlebnis. Wenn Sie selbst Angebote und Veranstaltungen, die kulturellen Mehrwert bieten, für Reisende entwickeln, tun Sie dies jedoch immer mit Respekt, Wertschätzung und dem nötigen Fingerspitzengefühl. Zudem ist es wichtig, dass die Angebote auch der Bevölkerung offenstehen.

Zusammenarbeit mit Kulturakteuren

Durch die Vernetzung und die Zusammenarbeit mit ansässigen Kunst- und Kulturschaffenden und Institutionen im kulturellen Bereich können Sie diese unterstützen und fördern und zugleich Ihren Gästen einzigartige Einblicke in die regionale Kultur ermöglichen. Die Möglichkeiten sind vielfältig: Statten Sie Ihre Ferienwohnung mit Geschirr hiesiger Keramikateliers aus oder bieten Sie handgemachte und künstlerisch gestaltete Souvenirs zum Kauf an. Nutzen Sie z. B. Ihr Hotelfoyer, um eine Kunstausstellung zu inszenieren. Dies ermöglicht es lokalen Betrieben, die im künstlerischen Bereich tätig sind, ihre Werke einem breiteren Publikum zu präsentieren. Laden Sie Kunstschaffende, Handwerks- und Kunsthandwerksbetriebe ein, bei Ihnen Workshops und Kurse anzubieten. Sie haben etwas mehr Platz? Gut – wie wäre es mit einer Lesung oder gar einem Konzert in Ihren Räumlichkeiten? So ermöglichen Sie positive Begegnungen zwischen Gästen und Einheimischen, fördern den kulturellen Austausch und unterstützen die lokale Kunst- und Kulturszene.



Best Practice:

Kohlosseum

Das Traditionsunternehmen mit Liebe zum Handwerk und zum Sauerkraut ist ein beliebtes Ausflugsziel mit Krautwerkstatt, Bauernmarkt und Kohlmuseum in Wesselburen. Hier erhalten die Besuchenden Einblicke in die Herstellung von Sauerkraut, erfahren alles rund um die Geschichte des Kohlanbaus und die Dithmarscher Landwirtschaft. Das Sauerkraut sowie weitere regionale Köstlichkeiten werden direkt vor Ort im Bauernmarkt angeboten.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen so zu wirtschaften, dass die folgenden Generationen diese auch nutzen können.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

wir grundsätzlich nicht über unsere Verhältnisse leben können und dazu gehört einfach



Wilken Boie, Geschäftsführer

auch der Tourismus. Es ist daher konsequent, sich im Urlaub nachhaltig zu verhalten.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist unsere Krautwerkstatt, in der wir ausschließlich heimisches Bio-Gemüse verarbeiten und veganes Bio-Sauerkraut herstellen. Wir verzichten dabei komplett auf chemische und tierische Inhaltsstoffe. Wir freuen uns über kurze Wege, gute Kontakte zu unseren Lieferanten und zu unseren Kunden, die unsere Produkte schätzen.

Mehr Infos: www.kohlosseum.de

Checkliste

Wesentlich:

- Wir präsentieren die materiellen und immateriellen Kulturgüter der Region ansprechend und informieren unsere Gäste aktiv über Veranstaltungen, Traditionen und Brauchtum.
- Im Rahmen unseres Angebots ermöglichen wir den Gästen eine tiefere Auseinandersetzung mit der Kultur und den Traditionen der Region.
- Wir entwickeln touristische Angebote mit Kultur- und Traditionsbezug unter Berücksichtigung moralisch-ethischer und artenschutzrechtlicher Belange.
- Unsere Veranstaltungsformate und Angebote mit Kulturbezug richten sich auch an die lokale Bevölkerung.

Wünschenswert:

- Wir tauschen uns regelmäßig mit ansässigen Kultur- und Kunstschaffenden und kulturellen Institutionen aus.
- In Kollaboration mit der regionalen Kunst- und Kulturszene setzen wir gemeinsame Projekte und Veranstaltungen um.

Das wollen Sie genauer wissen? Noch mehr hilfreiche Infos rund um Kunst, Kultur und Geschichte finden Sie online:



Vorteile für Bevölkerung & Beschäftigte schaffen

Nachhaltiges Personalmanagement

Sozialverträglichkeit im Urlaub ist für mehr als jeden dritten Reisenden in Dithmarschen ein Thema.³ Wer in eine Erhöhung der Beschäftigungsqualität und damit in soziale Nachhaltigkeit investiert, erfüllt nicht nur die Erwartungen der Gäste. Ein nachhaltiges Personalmanagement, das die Bedürfnisse der Mitarbeitenden in den Vordergrund rückt, hilft auch dabei, Arbeitskräfte zu gewinnen und langfristig an den Betrieb zu binden.

Das A und O: Die Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitenden als integraler und unverzichtbarer Bestandteil der touristischen Leistungserbringung. Dazu gehören gerechte Löhne, finanzielle Boni (z. B. für Kinderbetreuung, Fahrgeldzuschuss) ebenso wie die Berücksichtigung individueller Wünsche und Bedürfnisse bei Dienstplänen und Arbeitszeitmodellen und die Möglichkeit, Überstunden auszugleichen. Eine Integration der privaten Bedürfnisse in berufliche Anforderungen ist gerade im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für viele Beschäftigte im Tourismus ein wichtiges Thema.

Eine offene Kommunikationskultur auf Augenhöhe und ein kooperatives Miteinander mit flachen Hierarchien stärkt die Selbstverantwortung, ermöglicht den Mitarbeitenden, eigene Ideen einzubringen und bei Ent-

scheidungen mitzubestimmen. Lernen Sie von Ihren Beschäftigten: Über Befragungen oder in Personalgesprächen können Sie Ihr Team bewusst dazu motivieren, Verbesserungsvorschläge und Kritik einzubringen. Auch können Sie hier Feedback geben und mögliche Aufstiegschancen und Potenziale besprechen. In die persönliche und fachliche Entwicklung des Personals durch Schulungen und Weiterbildungen zu investieren, bringt Vorteile für beide Seiten mit sich.

Setzen Sie beim Personal auf Vielfalt und Gleichberechtigung: Gewährleisten Sie Chancengleichheit für alle – unabhängig ihres Geschlechtes, ihres kulturellen Hintergrunds oder anderen Merkmalen. Begegnen Sie dem Arbeitskräftemangel der Branche, indem Sie selbst ausbilden und sich für die Nachwuchsgewinnung einsetzen. Vergünstigte Mitgliedschaften im Fitnessstudio, sportliche Team-Events oder ausgewogene Ernährungsangebote fördern nicht nur die Gesundheit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden, sondern steigern auch die Arbeitsplatzattraktivität. Bei herausfordernden Themen wie der Findung von bezahlbarem Wohnraum für Ihr Personal können Sie sich mit anderen Betrieben zusammenschließen und so Synergien schaffen.

³Quelle: NIT, GBSH 2021



Best Practice:

Martens Events

Martens Events – das sind Angelo Martens und sein Team, die als Catering & Party-Service Feiern, Konzerte und Veranstaltungen u. a. im Watt'n Hus organisieren sowie an weiteren Standorten in Büsum Imbiss, Pizzeria, Café und Bar betreiben. Angelo Martens engagiert sich in einem Netzwerk gemeinsam mit Büsumer Unternehmen für betriebsübergreifende Zusammenarbeit für Schulungen von Mitarbeitenden zur Personalentwicklung und Mitarbeitendengewinnung, um so z. B. Ressourcen zu sparen.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

weg von dem romantischen Gedanken, dass unsere Wünsche entscheidend sind. Nachhaltigkeit fängt bei dem an, was sinnvoll und umsetzbar ist. Diese Umsetzung sieht in der Praxis so aus, dass wir Mehrweglösungen finden, erneuerbare Energien einsetzen und betriebsübergreifende Schulungen für die Teams in ganz Büsum anbieten.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

wir im Grunde so nicht mehr weitermachen können wie bisher und weil wir Verantwortung für unser Handeln übernehmen wollen. In unserer Pizzeria haben wir gesehen, welche Müllberge durch die Verpackungen entstehen und haben daher auf Mehrwegverpackungen umgestellt.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist unsere Photovoltaikanlage, wodurch wir einfach Geld sparen. Auch freut uns, dass wir im Betrieb auf LED-Beleuchtung umgestellt haben und dadurch weniger Energie verbrauchen.



A. Martens, Geschäftsführer und L. Prinz, Veranstaltungsleitung

Mehr Infos: www.martens-events.de

Die Bevölkerung als Ziel- und Anspruchsgruppe

Tourismus bringt Menschen zusammen – dies gilt nicht nur für die in der Branche Beschäftigten und die Reisenden. Alle Menschen in den Städten und Gemeinden prägen als Botschafterinnen und Botschafter der Region das Urlaubserlebnis. Zugleich nimmt der Tourismus Einfluss auf das Leben und den Alltag der Bevölkerung. Die Menschen vor Ort mit ihren Bedürfnissen und Erwartungen als gleichberechtigte Ziel- und Anspruchsgruppe zu berücksichtigen, ist daher Voraussetzung für eine hohe Tourismusakzeptanz und dafür, dass die in Dithmarschen lebenden und arbeitenden Menschen ein positives Bild der Urlaubsregion nach außen tragen.

Als Betrieb können Sie hierzu nicht nur durch eine hohe Beschäftigungsqualität beitragen: Entwickeln Sie neue Angebote und Leistungen mit und für die Bevölkerung, gerne auch in Zusammenarbeit mit regionalen Initiativen und Vereinen. Schaffen Sie Formate und Räume, in

denen sich Reisende und Bevölkerung auf Augenhöhe begegnen können. Indem Sie Ihre touristische Infrastruktur bzw. Ihr touristisches Angebot öffnen und verstärkt für die Bevölkerung nutzbar machen, profitieren Sie auch wirtschaftlich! Durch spezielle Aktionstage und eine faire Preisgestaltung können Sie die Bevölkerung als Zielgruppe gewinnen und die Auslastung in Monaten mit schwächerer touristischer Nachfrage erhöhen.

Nehmen Sie die Perspektive der Bevölkerung ein und prüfen Sie bei der Angebotsgestaltung immer auch mögliche negative Auswirkungen auf die Menschen vor Ort: Welche Flächen werden beansprucht? Welche Einschränkungen oder Belastungen ergeben sich für die Bevölkerung beispielsweise durch den touristischen Verkehr oder höhere Mieten? Nur wer die Herausforderungen kennt, kann ihnen gezielt begegnen.

Checkliste

Wesentlich:

- Unseren Mitarbeitenden bieten wir faire Arbeitsbedingungen und eine gerechte Entlohnung.
- Wir behandeln alle Bewerbenden und Mitarbeitenden unabhängig von ihrem Geschlecht, ihrem kulturellen Hintergrund etc. gleich.
- Mitarbeitende können bei uns regelmäßig Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten nutzen.
- Wir leben in unserem Betrieb eine offene Kommunikationskultur und ermöglichen ehrliches Feedback in beide Richtungen.
- Unser touristisches Angebot kann auch von den in Dithmarschen lebenden und arbeitenden Menschen genutzt werden.
- Bei der Erstellung von Leistungen und Angeboten prüfen wir mögliche Auswirkungen auf die Bevölkerung und lassen ihre Belange in die Gestaltung einfließen.

Wünschenswert:

- Wir arbeiten mit regionalen (Nachhaltigkeits-) Initiativen und Vereinen zusammen.
- Unsere Mitarbeitenden bestärken wir darin, sich aktiv in die Unternehmensgestaltung einzubringen und binden sie gezielt in Entscheidungsprozesse ein.
- Durch exklusive Angebote, spezielle Aktionstage oder Vergünstigungen fördern wir die Teilhabe der Bevölkerung und der Mitarbeitenden am Tourismus.
- Wir bieten Ausbildungsplätze im Tourismus an.
- Wir beschäftigen Menschen mit geistigen oder körperlichen Beeinträchtigungen.
- Mitarbeitende profitieren bei uns von Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung.
- Wir bieten unseren Mitarbeitenden eine nachhaltige betriebliche Altersvorsorge an.

Alle Infos zum Thema „Vorteile für Bevölkerung und Beschäftigte schaffen“ inklusive der Checkliste finden Sie auch bequem online abrufbar:



Barrierefreies & inklusives Angebot ausbauen

Inklusive Angebotsgestaltung

Angebote, die barrierearm und zugänglich gestaltet sind, garantieren ein unbeschwertes Urlaubserlebnis für alle Gäste. Damit tragen sie entscheidend zur sozialen Gerechtigkeit in der Gesellschaft bei. Barrierefreiheit ist aber auch ein Qualitätsmerkmal, von dem nicht nur Menschen mit Behinderung profitieren. Auch Schwangere, Familien mit kleinen Kindern oder Kinderwagen und vor allem ältere Personen wissen den Komfort zu schätzen. Durch den demografischen Wandel nimmt die Zahl älterer Menschen in Deutschland stetig zu, sodass eine barrierearme Angebotsgestaltung auch wirtschaftlich betrachtet großes Potenzial bietet. Gäste mit Mobilitätseinschränkungen und Gäste im Rollstuhl, Gäste mit Sehbehinderung und blinde Gäste, Gäste mit Hörbeeinträchtigung und gehörlose Gäste sowie Gäste mit kognitiver Beeinträchtigung – sie alle haben unterschiedliche Bedürfnisse. Natürlich werden Sie diese nicht alle erfüllen können. Prüfen Sie jedoch, wie Sie Ihr Angebot nach und nach zugänglicher gestalten können. Entsprechende Beratungsangebote, etwa beim Kreis Dithmarschen, können Ihnen dabei helfen.

Ein „Tourismus für alle“ umfasst jedoch noch mehr als Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderung. Inklusion bedeutet, dass kein Mensch ausgeschlossen, diskriminiert oder benachteiligt wird. Jede Person soll so akzeptiert und wertgeschätzt werden, wie sie ist. Auch Reisende sind so vielfältig wie die Gesellschaft selbst – einschließlich unterschiedlicher sexueller, religiöser oder spiritueller Orientierungen, Hautfarben und kultureller Hintergründe. Bereiten Sie Ihre Informationen daher, wenn möglich, mehrsprachig auf und beziehen Sie verschiedene Perspektiven verstärkt in Ihre Angebotsgestaltung ein, sodass sich alle Gäste willkommen und respektiert fühlen. Auch in Ihrer Bildsprache können Sie durch die Abbildung unterschiedlicher Altersstufen, Körperformen, Hautfarben etc. für mehr Diversität sorgen. Prüfen Sie zudem die Einführung von Vergünstigungen für Familien, Studierende, Kinder und Jugendliche und Menschen im Rentenalter. Durch eine transparente Preisdifferenzierung können Sie auch diesen einkommensschwächeren Personengruppen eine Teilhabe an Ihrem Angebot ermöglichen.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.echt-dithmarschen.de/barrierefreiheit

Kennzeichnung & Kommunikation

Reisende mit speziellen Anforderungen sind auf detaillierte und verlässliche Informationen zur Barrierefreiheit angewiesen, um ihren Aufenthalt komfortabel und sicher planen zu können. Heben Sie also nicht nur barrierefreie und barrierearme Angebote hervor, sondern weisen Sie auch transparent auf mögliche Hindernisse wie Treppeinstufen zum Speisesaal o. ä. hin. Auf Ihrer Website können Sie beispielsweise einzelne Angebote mit leicht verständlichen Symbolen kennzeichnen und in einem eigenen Menüpunkt zur Barrierefreiheit weiterführende und aktuelle Informationen zur Verfügung stellen.

Grundsätzlich sollte Ihre Kommunikation mit den Reisenden so barrierearm wie möglich gestaltet sein. Bei Printmedien sorgt z. B. eine große Schrift mit deutlichem Kontrast zum Hintergrund für bessere Lesbarkeit. Wenn Sie gedruckte Informationen wie etwa Speisekarten

auch online zur Verfügung stellen, können sich blinde Personen diese von einem sogenannten Screenreader vorlesen lassen. Bei der technischen Umsetzung von Barrierefreiheit auf Ihrer Website können Sie sich ggf. von einer IT-Fachkraft unterstützen lassen. Die Bereitstellung von Informationen in leichter Sprache für Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen oder auch die Untertitelung von Videos für Gehörlose sind weitere Möglichkeiten, Ihre Kommunikation zugänglicher zu gestalten.

Reisende mit besonderen Bedürfnissen wissen auch einen individuellen Service vor Ort zu schätzen: Suchen Sie das Gespräch mit Ihren Gästen und erkundigen Sie sich, ob während des Aufenthalts Unterstützung benötigt wird. Sensibilisieren Sie auch Ihre Mitarbeitenden entsprechend zum Thema Barrierefreiheit und Inklusion.

Checkliste

Wesentlich:

- Wir setzen Maßnahmen zum Ausbau der Barrierefreiheit unseres Angebots um.
- Unser Angebot ist hinsichtlich Barrierefreiheit gekennzeichnet. Detaillierte Informationen zur Zugänglichkeit stellen wir leicht auffindbar bereit.
- Unsere Printmedien und digitalen Kommunikationsmittel sind barrierearm gestaltet.
- Alle Gäste können unabhängig von ihrer religiösen, spirituellen, sexuellen Orientierung, Hautfarbe usw. unser Angebot frei von Diskriminierung nutzen.

Wünschenswert:

- Wir sind durch ein etabliertes Zertifizierungssystem im Bereich Barrierefreiheit zertifiziert.
- Wir haben ein transparentes System zur Preisdifferenzierung für Familien, Einheimische, Studierende, Kinder und Jugendliche, Menschen im Rentenalter und/oder einkommensschwache Personen eingeführt und kommunizieren dieses offen.

Wie gelingen barrierefreie Urlaubserlebnisse und die Kommunikation darüber? Wir haben Ihnen auf unserer Website hilfreiche Materialien und die Kontakte zu Ansprechpersonen rund um das Thema zusammengestellt:



Best Practice:

Steinzeitpark Dithmarschen

Der Steinzeitpark Dithmarschen in Albersdorf ist ein archäologisches Freilichtmuseum mit Steinzeitdorf und Steinzeitwald. Auf dem circa 40 Hektar großen Freige-lände erwartet die Besucherinnen und Besucher eine Kulturlandschaft aus der Zeit der ersten Ackerbauern und Viehzüchter Norddeutschlands vor 5.000 Jahren. Im „Steinzeithaus“ erhalten die Gäste seit 2023 einen umfassenden Einblick in die steinzeitlichen Epochen in Schleswig-Holstein.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns, ...

dass man an die nachfolgenden Generationen denkt, in dem, was man heute tut, und das umfasst die Begriffe der klassischen Nachhaltigkeit: das Ökologische verbunden mit dem Ökonomischen und dem Sozialen.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

Nachhaltigkeit den Blick in die Zukunft wirft. Das ist nicht nur sinnvoll und notwendig, sondern wenn wir den Blick auf den Tourismus haben, ermöglicht Nachhaltigkeit auch, ein besonderes Erlebnis über Themen zu reflektieren, die wir im Steinzeitpark darstellen.



Dr. Rüdiger Kelm, Geschäftsführer der AÖZA gGmbH

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist aktuell unser neues barrierefreies Museum. Das Steinzeithaus ist insgesamt für unsere Einrichtung von großer Bedeutung und ein wirklicher Erfolg unseres gesamten Teams. Durch die Aufnahme von Bildungsprogrammen versuchen wir, Nachhaltigkeitsthemen in unserer praktischen Bildungsarbeit zu nutzen.

Mehr Infos: www.steinzeitpark-dithmarschen.de



Nachhaltigkeit als neuen Standard etablieren

Strategische Verankerung

Nachhaltiges Handeln zahlt sich oftmals wirtschaftlich aus, z. B. durch Kosteneinsparungen beim Energie- und Wasserverbrauch. Und erst eine nachhaltigere Ausrichtung Ihres Betriebs macht diesen für die wachsende Zielgruppe der Reisenden attraktiv, die nicht nur im Alltag, sondern auch im Urlaub Wert auf ökologische Verträglichkeit und soziale Gerechtigkeit legen. Dennoch gilt: Nachhaltigkeit ist kein Geschäftsmodell. Sie ist auch kein einmaliges Ziel, das nach dem Erreichen abgehakt werden kann, sondern ist vielmehr der Weg. Es geht darum, eine innere Haltung zu entwickeln, die Nachhaltigkeit dauerhaft auf allen Ebenen des Betriebs fördert. Wenn Sie unternehmerische Entscheidungen treffen, sollten Sie sich immer auch die Frage stellen: Was bedeutet dies mit Blick auf die Nachhaltigkeit? Der beste Weg, zu gewährleisten, dass Nachhaltigkeit konsequent mitgedacht wird, ist die Bestimmung einer bzw. eines Nachhaltigkeitsverantwortlichen. Diese Person ist für alle Belange rund um das Thema Nachhaltigkeit und die Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards im Betrieb zuständig. In kleineren Betrieben ist dies oft „Chefsache“, in größeren Betrieben ist es sinnvoll, hierfür eine feste Stelle zu schaffen. Vor allem ist es wichtig, dass die Führungskräfte im Betrieb mit gutem Beispiel vorangehen, wenn es um die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen geht. Letztlich ist Nachhaltigkeit aber immer Teamarbeit. Damit sie im betrieblichen Alltag gelebt wird, müssen auch die Mitarbeitenden entsprechend informiert und geschult werden. Nachhaltigkeitsthemen sollten regelmäßig in den Teamsitzungen besprochen werden. Die Mitarbeitenden sollten die Möglichkeit

erhalten, an Weiterbildungen zu Themen der Nachhaltigkeit teilzunehmen. Gemeinsam mit anderen Betrieben können hierzu beispielsweise interessante Schulungsformate organisiert und durchgeführt werden.

Labels & Zertifizierungen

Ob Feinheimisch, Nationalpark-Partner Wattenmeer oder TourCert – für die Tourismusbranche gibt es verschiedene länderübergreifende, aber auch regionale Labels und Zertifizierungen im Bereich der Nachhaltigkeit. Sie dienen als unabhängiger Nachweis für das Nachhaltigkeitsengagement eines Betriebs. So können Sie das Vertrauen von umweltbewussten Reisenden gewinnen, die bei ihrer Reisegestaltung Wert auf Nachhaltigkeit legen. Zwar ist eine Zertifizierung allein noch kein Grund zur Buchung – dennoch kann ein Siegel dazu beitragen, sich im wettbewerbsintensiven Markt von anderen Tourismusbetrieben abzuheben, und kann so ein buchungsentscheidendes Kriterium darstellen. Der Zertifizierungsprozess kann außerdem Ansatzpunkte und Orientierung für die Entwicklung und Umsetzung von betriebsspezifischen Nachhaltigkeitsmaßnahmen bieten und so unmittelbar zur Steigerung der Nachhaltigkeit beitragen. Eine wertvolle Investition, die sowohl für Ihren Betrieb als auch die Umwelt langfristig Mehrwert schafft!

Weitere Infos zu den verschiedenen Labels bzw. Zertifizierungssystemen für Nachhaltigkeit im Tourismus finden Sie hier:



Tip:

Betriebliches Nachhaltigkeitsleitbild

Die Entwicklung eines betriebseigenen Nachhaltigkeitsleitbildes kann helfen, Nachhaltigkeit strategisch in den Betrieb zu integrieren. Wichtig ist, dass Sie Ihr Team in den Prozess einbeziehen. So stellen Sie sicher, dass die Mitarbeitenden sich mit dem Leitbild identifizieren und legen den Grundstein für eine erfolgreiche Nachhaltigkeitsarbeit. So gehen Sie Schritt für Schritt vor:

- Definieren Sie gemeinsam Ihr Nachhaltigkeitsverständnis. Was bedeutet es für Ihren Betrieb, soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen?
- Machen Sie sich Gedanken über Ihr WARUM. Welche zentralen Werte leiten Sie?

- Entwickeln Sie eine Vision für die nachhaltige Entwicklung Ihres Betriebs. Was möchten Sie langfristig erreichen?
- Überlegen Sie, wie Sie darauf hinarbeiten können, diese Vision zu verwirklichen. Welche konkreten Ziele haben Sie?
- Machen Sie sich klar, wo Sie zur Erreichung der Ziele ansetzen müssen. Welche Handlungsfelder der Nachhaltigkeit ergeben sich für Ihren Betrieb?
- Fassen Sie Ihre Überlegungen in einem Statement zusammen und veröffentlichen Sie dieses – intern und extern. Nutzen Sie das Leitbild in der Kommunikation mit Ihren Mitarbeitenden, Ihren Gästen, Ihren Lieferbetrieben und anderen Partnerinnen und Partnern.



Best Practice:

Kanal 33

Das Café, Biergarten und Hotel mit innovativen Unterkünften direkt am Nord-Ostsee-Kanal ist gleichermaßen Anlaufpunkt für Einheimische als auch Gäste. Der Betrieb engagiert sich seit vielen Jahren für Qualität, umweltbewusstes Handeln sowie für einen respektvollen Umgang mit Ressourcen. Im Mittelpunkt stehen Authentizität, Natürlichkeit, Nachhaltigkeit, Ehrlichkeit und ein lockerer Umgang miteinander.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

Auseinandersetzung und Wertschätzung der Mitarbeitenden, der regionalen Waren und Materialien.

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

es viele, viele kleine Highlights gibt, die Aufmerksamkeit verdienen. Nachhaltiger



Olaf und Petra Lucht, Geschäftsführung

Tourismus bedeutet für uns, die schönen und interessanten, manchmal auch versteckten und nicht sofort sichtbaren Produkte, Orte und Menschen authentisch hervorzuheben.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist die Symbiose unseres Energiebedarfs bei schönem Wetter und der Stromerzeugung zur Eigennutzung unserer Photovoltaik-Anlage.

Mehr Infos: www.kanal33.de

Checkliste

Wesentlich:

- In unserem Betrieb betrachten wir Nachhaltigkeit als eine grundlegende Haltung und haben ein eigenes Verständnis dafür entwickelt, wie wir „Nachhaltigkeit“ für uns definieren.
- Wir haben für unseren Betrieb Nachhaltigkeitsmaßnahmen und -ziele formuliert.
- In unserem Betrieb gibt es eine Person, die für die Belange der Nachhaltigkeit und die Einhaltung der Nachhaltigkeitsstandards verantwortlich ist.
- Nachhaltigkeit wird in unserem Betrieb bei jeder Maßnahme mitgedacht und Entscheidungen werden bewusst getroffen.

Wünschenswert:

- Unsere Mitarbeitenden werden aktiv in unsere Nachhaltigkeitsbemühungen eingebunden und entsprechend geschult.
- Wir verstehen Nachhaltigkeit als wertsteigerndes Qualitätsmerkmal und vermitteln dies auch unseren Gästen.
- Wir nutzen eine anerkannte Zertifizierung für nachhaltigen Tourismus, um unser Nachhaltigkeitsengagement nachzuweisen.
- Wir erstellen und veröffentlichen regelmäßig einen Nachhaltigkeitsbericht.

Nachhaltigkeit buchbar machen & kommunizieren

Erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation

Ganz gleich, ob Sie noch am Anfang stehen oder schon weiter fortgeschritten sind auf Ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit: Zeigen Sie den Gästen, dass Ihnen das Thema am Herzen liegt, indem Sie authentisch und transparent über Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen berichten.

Durch die konsequente Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in Ihre Kommunikation können Sie nicht nur Ihr Engagement für Umwelt und soziale Belange sichtbar machen, sondern haben auch ein wirksames Instrument an der Hand, um nachhaltigkeitsbewusste Reisende anzuziehen – und deren Anzahl nimmt stetig zu. Wichtig dabei: Bleiben Sie ehrlich und authentisch. Geben Sie Einblicke, wo Sie als Betrieb im Nachhaltigkeitsprozess aktuell stehen, aber zeigen Sie auch Herausforderungen offen auf. So erzeugen Sie Glaubwürdigkeit! Externe Zertifizierungen mit einem bekannten Umweltmanagement- oder Nachhaltigkeitslabel können diese weiter erhöhen.

Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Nachhaltigkeitsbemühungen auf Ihrer Website, Ihren Social-Media-Kanälen, Ihren Werbematerialien, aber auch in Ihrem Betrieb vor Ort sichtbar machen. Dabei geht es nicht nur um die externe Kommunikation mit den Reisenden – auch eine interne Ansprache der Mitarbeitenden ist wichtig. Stellen Sie die Nachhaltigkeitsarbeit Ihres Betriebs z. B. auch in Stellenausschreibungen dar. Für eine wachsende Anzahl an Bewerbenden ist dies ein wichtiger Aspekt bei der Jobsuche.

Tipps:

Nachhaltig kommunizieren – aber wie?

Präsentieren Sie Nachhaltigkeit originell, kreativ und mit Freude – ohne Verzichtsrhetorik und erhabenen Zeigefinger. Zeigen Sie Ihren Gästen, was sie Positives tun können und nicht, was sie lassen müssen. Muss dabei alles „nachhaltig“ sein? Nein! Stellen Sie lieber heraus, welche konkreten Mehrwerte sich für den Gast ergeben, aber bleiben Sie transparent und kommunizieren Sie auch eventuelle Nachteile offen (z. B. keine Verfügbarkeit von Erdbeeren im Winter, dafür feldfrisches Obst- und Gemüse aus der Region). Die Methode des „Storytelling“ eignet sich zur Übermittlung von Informationen zu Nachhaltigkeit ganz besonders: Erzählen Sie Ihren Gästen die Geschichte hinter Ihrem Engagement für Nachhaltigkeit. So stellen Sie eine emotionale Verbindung her und bleiben im Gedächtnis. Und scheuen Sie sich nicht, Feedback einzuholen: Die Gäste können wertvolle Anregungen, Tipps und Vorschläge für noch mehr Nachhaltigkeit im Betrieb liefern.



Best Practice:

Warfthof Wollatz

Um zukunftsfähig zu bleiben, setzt sich der familiengeführte Bioland- und Ferienhof in Nordseennähe neben der ökologischen Landwirtschaft seit Mitte der 80er Jahre mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander – von der Heizung über Strom bis hin zu Biodiversität. Die gut ausgestatteten Apartments und Häuser in Süderdeich bieten modernen Komfort mit allen Annehmlichkeiten eines Bauernhofurlaubes wie ein breites Reitangebot, einen Schwimmteich mit Strandabschnitt und einem Saunahaus.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns ...

einem fortlaufenden Prozess zu folgen. Alles hängt miteinander zusammen und bedingt sich: Die Zufriedenheit unserer Gäste, der energetische Weg, die Bindung und Zufriedenheit der Mitarbeitenden im Unternehmen und die Erhöhung der Biodiversität. Wenn wir uns in allen Bereichen stetig weiterentwickeln, dann leben wir Nachhaltigkeit.

Checkliste

Wesentlich:

- Wir machen unser eigenes Engagement auf verschiedenen Kanälen sichtbar und kommunizieren unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen aktiv.
- Durch Voranstellung oder Hervorhebung werden nachhaltige Angebote und Produkte in unserer Kommunikation an den Gast bevorzugt.
- Wir zeigen unseren Gästen so transparent wie möglich den Stand unserer Nachhaltigkeitsbemühungen auf und erklären ggf. auch, warum bestimmte Dinge (noch) nicht möglich sind.



Familie Wollatz

Nachhaltiger Tourismus ist für uns der richtige Weg, weil ...

es eine Investition in unsere Zukunft ist. Wir gehen diese Schritte auch im Hinblick auf die Bedürfnisse der nächsten Generation. Wir handeln heute in unserem Betrieb, damit wir die Möglichkeiten zukünftiger Generationen nicht gefährden. Gesellschaftspolitisch ist dieser Weg der einzig mögliche, um langfristig nachhaltig bestehen zu können.

Ein nachhaltiger Erfolg über den wir uns besonders freuen, ...

ist die Wertschätzung unserer Gäste für unser Nachhaltigkeitsengagement von der Klopapierrolle bis hin zu unserem Energiekonzept. Der Applaus der Gäste ist unsere Freude.

Mehr Infos: www.warfthof-wollatz.de

Wünschenswert:

- Wir setzen für Gäste entlang der gesamten Kundenreise gezielt Anreize, um sie zu einem nachhaltigeren Verhalten zu motivieren, und kommunizieren diese bewusst.
- Wir vermeiden eine „Verzichtsrhetorik“ und stellen stattdessen bewusst die gesteigerte Erlebnisqualität und die Mehrwerte durch Nachhaltigkeit heraus.
- Wir kommunizieren unsere nachhaltigen Angebote an Dithmarschen Tourismus e.V.
- In unseren Stellenausschreibungen betonen wir die Bedeutung von Nachhaltigkeit in unserem Betrieb.

Noch mehr Umsetzungshilfen und Praxistipps für eine gelungene Nachhaltigkeitskommunikation finden Sie online:



Kommunikation entlang der Customer Journey

Integrieren Sie Nachhaltigkeit systematisch in Ihr Kommunikationskonzept, indem Sie für sich zunächst die Frage beantworten: Welche Kontaktpunkte zu meinen Gästen habe ich vor, während und nach ihrer Reise? Genau hier können Sie ansetzen, um Ihr eigenes nachhaltiges Tun sichtbar zu machen, aber auch die Reisenden zum Mitmachen zu motivieren. Erste Ansatzpunkte und Ideen entlang der Kundenreise können sein:

Vor der Reise

Inspiration & Information

- Machen Sie auf sich aufmerksam: Insbesondere die Social-Media-Plattformen sind geeignet, um durch Live-Streaming, Blicke hinter die Kulissen etc. Ihren Betrieb und sein Nachhaltigkeitsengagement authentisch und nahbar darzustellen.
- Kooperieren Sie mit Ihrem nachhaltigen Netzwerk (z. B. dem Tourismusverein, Ihren lokalen Lieferfirmen etc.), um Ihre Kommunikationsreichweite zu erhöhen.
- Integrieren Sie Informationen zu den Nachhaltigkeitsbemühungen Ihres Betriebs gut sichtbar in Ihre Kommunikationsmittel (online und offline). Erklären Sie nicht nur, WAS Sie tun, sondern auch, WARUM Sie es tun.
- Nutzen Sie – sofern vorhanden – Ihre Nachhaltigkeitszertifizierung, um sich auf Buchungsplattformen unter der Kategorie „nachhaltig“ listen zu lassen und so von interessierten Reisenden gefunden zu werden.



Buchung & Reisevorbereitung

- Integrieren Sie bei Direktbuchungen die Möglichkeit zur freiwilligen und unkomplizierten Spende für regionale Kompensations- oder Umweltschutzprojekte.
- Stellen Sie Informationen zur umweltfreundlichen An- und Abreise leicht auffindbar dar. Prüfen Sie, ob Sie Lücken im Mobilitätsnetz ggf. durch eigene Zusatzangebote wie etwa einen E-Shuttle schließen können.
- Belohnen Sie die Reisenden für nachhaltige Reiseentscheidungen z. B. mit einem Rabatt oder einem Dankeschön-Korb bei Nachweis einer Anreise mit dem Umweltverbund.
- Machen Sie schon jetzt auf nachhaltige (und ggf. vorab buchbare) Angebote vor Ort aufmerksam, die Sie oder Betriebe aus Ihrem Netzwerk offerieren, z. B. Fahrradverleih, E-Car-Sharing, geführte Wanderungen durchs Watt etc.



Fördern Sie die Kundenbindung und bauen Sie Beziehungen auf, die zu weiteren Besuchen motivieren, z. B. durch das Angebot von Baumpatenschaften.

Empfehlung & Wiederkehr

Ermutigen Sie Ihre Gäste dazu, ihre eigenen Erfahrungen mit nachhaltigem Reisen zu teilen und positive Erlebnisse zu verbreiten, z. B. durch Social-Media-Aktivitäten oder Kundenbewertungen.



Holen Sie aktiv das Feedback der Reisenden ein und nutzen Sie dieses, um die Nachhaltigkeitspraktiken des Betriebs zu verbessern.

Bleiben Sie mit den Besucherinnen und Besuchern in Kontakt, z. B. durch E-Mail-Tipps für mehr Nachhaltigkeit im Alltag.

Nach der Reise

Reflexion & Austausch

Bieten Sie nachhaltige und regional produzierte Souvenirs zum Kauf an und/oder geben Sie den Gästen ein kleines Abschiedsgeschenk mit auf den Weg, in dem sich Ihr Nachhaltigkeitsengagement widerspiegelt.

Räumen Sie nachhaltigen Speisen und Getränken einen prominenten Platz auf der Speisekarte ein und kennzeichnen Sie vegane/vegetarische Alternativen und Allergene deutlich. Legen Sie den Fokus auf regionale, saisonale Gerichte und teilen Sie die Geschichten der Lieferbetriebe und Rezepte.

Geben Sie Ihren Gästen die Möglichkeit, sich aktiv in die Nachhaltigkeitsarbeit einzubringen, z. B. durch die Teilnahme an Strandreinigungs- oder Baumpflanzaktionen.

Stellen Sie Empfehlungen für besonders nachhaltige Erlebnisse zusammen und halten Sie – wo möglich – Tipps zur Anfahrt dieser mit dem ÖPNV bereit.



Unterstützen Sie die Reisenden dabei, sich nachhaltig zu verhalten – indem Sie beispielsweise wieder auffüllbare Trinkflaschen verleihen oder Taschen-Aschenbecher ausgeben.

Machen Sie Nachhaltigkeit zum „Standard“ – indem Sie beispielsweise auf eine tägliche Zimmerreinigung verzichten, jedoch anbieten, diese auf Wunsch kostenlos durchzuführen, oder Gerichte anbieten, zu denen Fleisch als Komponente optional gegen Mehrpreis dazu bestellt werden kann.

Stellen Sie vor Ort praktische Tipps zur Reduzierung des eigenen ökologischen Fußabdrucks bereit, z. B. durch Hinweise zur Mülltrennung, zur Wasser- und Energieeinsparung oder zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

Während der Reise

Vor-Ort-Erlebnis

Integrieren Sie wichtige Hinweise bereits in die Begrüßung, z. B. zu besonderen lokalen Gegebenheiten, richtigen Verhaltensweisen in der Natur etc.

Mit- und voneinander lernen & vernetzen

Jetzt „Partnerbetrieb Nachhaltiges Reiseziel“ werden!

Das Freizeit- und Urlaubserlebnis in der Region Dithmarschen wird entscheidend durch Sie, unsere touristischen Leistungsträgerinnen und Leistungsträger, geprägt. Viele lokale Akteure engagieren sich bereits für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus – und wir möchten dazu beitragen, dass es noch mehr werden! Auch Sie können mitmachen und „Partnerbetrieb Nachhaltiges Reiseziel“ werden.

Mit unserer Partnerinitiative schaffen wir einen Rahmen, der es unseren Partnerbetrieben ermöglicht, gemeinschaftlich von- und miteinander zu lernen. Doch wir bringen die Aktiven nicht nur zusammen und vernetzen sie, sondern unterstützen auch aktiv bei der Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Von dem Wissens- und Erfahrungsaustausch und der kooperativen Zusammenarbeit profitiert nicht nur jeder einzelne Betrieb, sondern die gesamte Region wird nachhaltig gestärkt.

Die Vorteile für Sie als Partnerbetrieb

- Sie erfahren anhand einer „Checkliste für Partnerbetriebe“, wie es um die Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen steht.
- Durch glaubwürdig gelebte Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft können Sie sich deutlich am nationalen

und internationalen Markt positionieren und erfüllen die steigende Erwartung der Gäste an nachhaltige Angebote.

- Sie erfüllen bei Geschäftsreiseanbietern die geforderten Nachhaltigkeitskriterien.
- Durch regelmäßige Treffen, Erfahrungsaustausch, Infoveranstaltungen und Schulungen können Sie sich mit anderen Partnerbetrieben der Region vernetzen.
- In der Kommunikation durch Dithmarschen Tourismus e. V. wird Ihr Betrieb hervorgehoben und gesondert vermarktet.
- Ihr Unternehmen erhält eine Urkunde und kann zu Werbezwecken das Logo „Partner Nachhaltiges Reiseziel“ führen.
- Wenn Sie bereits über durch TourCert anerkannte Zertifizierungen im Bereich Umwelt oder Nachhaltigkeit verfügen, z. B. Nationalpark-Partner, werden Sie als Partnerbetrieb anerkannt – dadurch reduziert sich Ihr Aufwand erheblich.
- Ihr Unternehmen erhält vergünstigte Online-Schulungsangebote von der Zertifizierungsorganisation TourCert, wird in die TourCert-Community aufgenommen und profitiert von deren Marketingleistungen.



In 5 Schritten

zum Partnerbetrieb des Nachhaltigen Reiseziels

1. Informieren Sie sich und entscheiden Sie sich für das nachhaltige Wirtschaften

Zu Beginn des Zertifizierungsprozesses erhalten Sie alle notwendigen Informationen. Dithmarschen Tourismus ist Ihre direkte Ansprechstelle. Wenn Sie sich entscheiden haben, melden Sie sich bei uns und unterschreiben die Partner-Vereinbarung. Haben Sie kein Zertifikat im Bereich Umwelt oder Nachhaltigkeit, führen Sie kostenlos die Qualifizierung als Partnerbetrieb „Nachhaltiges Reiseziel“ durch. Bei einer bestehenden Zertifizierung (zum Beispiel bei Nationalpark-Partnern) entfallen die Schritte 2–4.

2. Benennen Sie eine/n Nachhaltigkeitsbeauftragte/n

Diese Person koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben und ist Ansprechperson für uns. Sie qualifiziert sich zudem mit dem zur Verfügung gestellten E-Learning-Modul „CSR Basic“ und erhält mit der Abschlussprüfung ein Zertifikat. Sie koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben, wie z. B. die nachweisliche Nachhaltigkeitsqualifizierung aller Mitarbeitenden.

3. Eine Checkliste hilft Ihnen bei der ersten Bestandsaufnahme

Mit der Unterzeichnung der Vereinbarung mit uns (wenn Sie keine Umwelt- oder Nachhaltigkeitszertifizierung besitzen) erhalten Sie Ihre persönlichen Zugangsdaten für eine webbasierte Checkliste, in der Kriterien abgebildet sind, welche größtenteils mit „Ja“, „Nein“, „In Planung“ oder „Nicht anwendbar“ beantwortet werden können. Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt und von TourCert ausgewertet.

4. Entscheiden Sie sich für erste Verbesserungsmaßnahmen

Nach der Bestandsaufnahme haben Sie ein erstes Bild Ihrer Stärken und Verbesserungspotenziale. Überlegen Sie sich, was Sie konkret anpacken möchten (z. B. den Stromverbrauch reduzieren). Nehmen Sie dafür gerne den vorliegenden Leitfaden zur Hilfe! Setzen Sie sich mindestens drei Ziele und definieren dazu entsprechende Verbesserungsmaßnahmen.

5. Auszeichnung als „Partnerbetrieb Nachhaltiges Reiseziel“ – werben Sie mit Ihrer Leistung!

Wenn Sie die notwendigen Umweltdaten erhoben bzw. die Checkliste ausgefüllt und die geplanten Verbesserungsmaßnahmen festgelegt haben, können Sie die Auszeichnung als „Partnerbetrieb Nachhaltiges Reiseziel“ erhalten und mit dem Logo werben. Ein externer und unabhängiger Gutachter führt stichprobenartig bei ausgewählten Partnerbetrieben der Destination eine Überprüfung der Erfüllung der Kriterien durch.

Wir unterstützen Sie!

Sie haben noch Fragen zum Thema Nachhaltigkeit in Dithmarschen?

Ihre Ansprechpartnerin ist **Sabine Graetke**.

Sie erreichen Sie per Mail:
graetke@echt-dithmarschen.de

oder telefonisch unter **0481 / 2122 552**.

Nachhaltigkeit ist Teamarbeit – gemeinsam können wir Nachhaltigkeitspotenziale nutzen, Herausforderungen meistern und in der Urlaubsregion Dithmarschen einen zukunftsfähigen Tourismus gestalten, der ökologisch, sozial und wirtschaftlich verantwortungsbewusst ist.



Weitere Infos zu unserer Partnerinitiative finden Sie unter:
www.echt-dithmarschen.de/nachhaltigkeit

Sowie hier als PDFs zum Download:

Anerkannte
Zertifizierungen:



Vereinbarung
Partnerbetrieb:



Preisblatt
Partnerbetrieb:





PARTNER

Nationalpark
Wattenmeer



Dithmarschen Tourismus e.V.
Markt 10, 25746 Heide
Tel. 04 81/21 22-5 55
Fax 21 22-5 50

info@echt-dithmarschen.de
www.echt-dithmarschen.de

 echt.dithmarschen
 echt.dithmarschen