

# Qualität und Nachhaltigkeit

im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern



© MV-T/Gross

# Markenkern *Freiraum*



# Unsere Mission



Freiraum schaffen.

**Wir machen den Freiraum zugänglich und lassen neuen Freiraum entstehen.**



Freiraum teilen.

**Wir teilen den Freiraum und achten dabei auf ein ausgewogenes Miteinander.**



Freiraum bewahren.

**Wir wissen, dass Freiraum nur begrenzt verfügbar und daher kostbar ist. Deshalb gehen wir besonders sorgsam damit um.**

# Zielgruppe

„The best things in life aren't things.“



"Die engagiert-souveräne Bildungselite mit postmateriellen Wurzeln"

|                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fokus</b><br>Selbstbestimmung und<br>-entfaltung,<br>Gemeinwohlerkennung                                                                                                                           | <b>Leitmotiv</b><br>„The best things in life<br>aren't things“                                                                                                                                 | <b>Selbstbild</b><br>Gesellschaftliches<br>Korrektiv                                                                   |
| <b>Affinität</b><br>Weltoffenheit, Selbst-<br>verwirklichung, Authentizität,<br>Toleranz, Genuss, Kunst &<br>Kultur, Bildung, Solidarität,<br>Verantwortung, Gemeinwohl,<br>Nachhaltigkeit, Diversity | <b>Aversion</b><br>Kleinbürgerliche Werte,<br>Bevormundung, wilgärer<br>Hedonismus, Homophobie,<br>Sexismus, Fundamentalismus,<br>Ideologien, Massenkonsument,<br>Künstliches, Oberflächliches | <b>Statement</b><br>„Ideal ist ein Beruf, in dem<br>man ökologisches und<br>soziales Engagement<br>verwirklichen kann“ |

# Qualitäts- und Nachhaltigkeitsleitbild

## Nachhaltigkeit ist unser Weg zur Qualität

- **Grundlage unseres Erfolgs sind intakte Landschaften und lebendige Orte.**  
Wir behandeln sie mit Respekt und Sorgfalt.
- **Wir entwickeln nachhaltig bessere Alternativen zu bestehenden Angeboten.**  
Davon profitieren Einwohner und Gäste in unserem Urlaubsland.
- **Wir betrachten Qualität und Nachhaltigkeit gemeinsam** und sind überzeugt, dass es ohne Nachhaltigkeit dauerhaft keine Qualität geben wird.
- **Nachhaltigkeit und Qualität haben für uns drei Dimensionen:** die ökologische, soziokulturelle und ökonomische.
- **Wir betrachten immer alle drei Dimensionen gleichwertig.**  
Dabei ist uns bewusst, dass Zielkonflikte auftreten können. Diese versuchen wir auszubalancieren.
- **Neben soziokulturellen Herausforderungen rücken ökologische Aspekte aktuell zeitweise stärker in den Fokus,** vor dem Hintergrund des fortschreitenden Klimawandels.
- **Transparenz und Ehrlichkeit sind uns wichtig.**  
Sie sind Grundlage unserer Kommunikation in der Branche sowie mit unseren Einheimischen und Gästen.
- **Wir kommunizieren positiv** und nicht belehrend, um unsere Einheimischen und Gäste für unseren Weg zu begeistern.
- **Neue Kriterien und Kennzahlen** wollen wir gemeinschaftlich entwickeln und nutzen.



Markenplattform  
*urlaubsmarke.tourismus.mv*

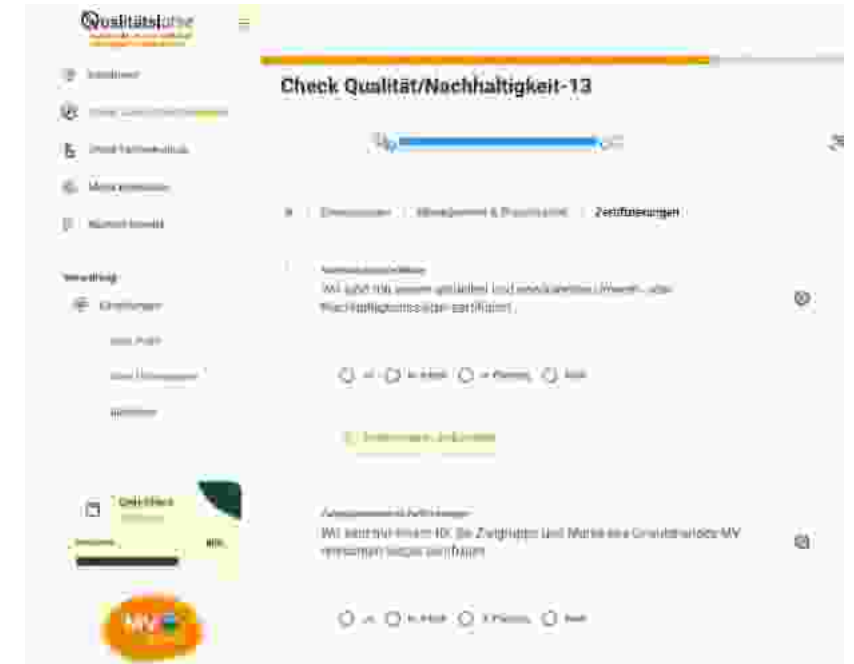


# Marke, Qualität, Nachhaltigkeit – Warum?

- **Gästezufriedenheit / gute Bewertungen:** Mit hochwertigen und nachhaltigen Markenerlebnissen machen Sie Ihre Gäste zufriedener und erhöhen damit Ihre Chance auf gute Bewertungen.
  - **Höhere Einnahmen:** Die meisten Gäste von MV zahlen gerne mehr Geld für gute Leistungen. Mit nachhaltiger Qualität können Sie also Ihren Gewinn erhöhen.
  - **Langfristige Einsparungen:** Nachhaltigkeit heißt auch, weniger Ressourcen zu verbrauchen. Die damit einhergehenden Einsparungen stärken Ihr Unternehmen und machen es auch langfristig fit.
  - **Zufriedenere Mitarbeitende:** Nachhaltigkeit bedeutet nicht zuletzt, auf die Bedürfnisse Ihrer Mitarbeitenden stärker einzugehen. Zufriedenere Mitarbeitende sind motivierter, leisten mehr und sind Ihnen gegenüber loyal.
- **Zukunftsfähigkeit**

# Qualitätslotse

- Digitaler Helfer für mehr qualitative und nachhaltige Markenerlebnisse
- **Kostenloser Selbst-Check und Branchenvergleich zur Orientierung**
- **Individuelle Empfehlungen mit praktischen Tipps, Checklisten und schnellen Maßnahmen**
- Einzigartigkeit und Stärken hervorheben
- Ökologische sowie soziale Aspekte optimieren



# Qualitätslotse

**Digitaler Helfer für mehr Qualität und  
Nachhaltigkeit im Urlaubsland MV**

**<https://qualitaetslotse.tourismus.mv>**

- Dashboard
- Check Qualität/Nachhaltigkeit
- Check Familienurlaub
- Meine Ergebnisse
- Nächste Schritte

## Verwaltung

**Einstellungen**

- Mein Profil

**Mein Unternehmen**

Name \*

**Hotel zur Kiefer**

Straße \*

**Seestraße**

Hausnum...

**2**

Postleitzahl \*

**18057**

Stadt \*

**Rostock**

Hat das Unternehmen Mitarbeitende? \*

**Ja**

Wie viele Mitarbeitende hat das Unternehmen? \*

**11-100 Mitarbeitende**

Bereitungen \*

Beherbergung

Gastronomie

Freizeiteinrichtungen

Tourist-Information/Tourismusorte

Unternehmenskategorie \*

**Hotel/Hotel garni**

Dashboard

Check Qualität/Nachhaltigkeit

Check Familienurlaub

Meine Ergebnisse

Nächste Schritte

## Check Qualität/Nachhaltigkeit-122



### Dimensionen



#### Management & Organisation

0% (0 / 3 Schritte gemeistert)



#### Zertifizierungen

0% (0/3 Schritte gemeistert)



#### Nachhaltigkeits-/Qualitätsmanagement

0% (0/5 Schritte gemeistert)



#### Gästemanagement

0% (0/3 Schritte gemeistert)



#### Kommunikation & Zielgruppe

0% (0 / 2 Schritte gemeistert)



#### Zielgruppengerechte Angebotsgestaltung

0% (0/2 Schritte gemeistert)



#### Gästekommunikation

0% (0/12 Schritte gemeistert)



Fortschritt: 100%



Dashboard

Check Qualität/Nachhaltigkeit

Check Familienurlaub

Meine Ergebnisse

Nächste Schritte

## Verwaltung

Einstellungen



Check Qualität/Nachhaltigkeit-23

63/63 Schritte

Fortschritt

100%



## Ökologie

0% ( 0 / 3 Schritte gemeistert)



Ressourcenmanagement

0% (0/3 Schritte gemeistert)



Emissionsreduktion

0% (0/3 Schritte gemeistert)



Mobilität

0% (0/2 Schritte gemeistert)



## Ökonomie

0% ( 0 / 2 Schritte gemeistert)



Einkauf & Beschaffung

0% (0/2 Schritte gemeistert)



Regionale Wertschöpfung

0% (0/2 Schritte gemeistert)



## Soziodkultur

0% ( 0 / 4 Schritte gemeistert)



Personalmanagement

0% (0/4 Schritte gemeistert)



Inklusion & Soziale Verantwortung

0% (0/2 Schritte gemeistert)



Lokale Bevölkerung

0% (0/1 Schritte gemeistert)



Partnerschaften

0% (0/2 Schritte gemeistert)



## Gästemanagement

### Bewertungsbeurteilung

Bewertungen und Kommentare auf Bewertungsportalen werden kontinuierlich beobachtet und evaluiert.



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein ☐ Nicht Zutreffend

📄 [Kommentar / Kommentar](#)

### Tipps

Hier geht es um das systematische Auswerten von Bewertungen auf diversen Plattformen, wie Google My Business, Tripadvisor sowie auf Buchungsplattformen (Booking, Airbnb, ...). Mehr Infos unter diesem [Link](#)

### Bewertungsbeantwortung

Auf Bewertungen und Kommentare auf Bewertungsportalen wird regelmäßig und kontinuierlich reagiert.



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein ☐ Nicht Zutreffend

📄 [Kommentar / Kommentar](#)

### Kundenbindung

Wir führen verschiedene Aktivitäten zur Kundenbindung durch.

☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein

📄 [Kommentar / Kommentar](#)

🏠 Dashboard

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit

📄 Check Familienurlaub

📄 Meine Ergebnisse

📄 Nächste Schritte

### Verwaltung

🏠 Einstellungen

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit-122  
0/63 Schritte

Fortschritt 0%



# Gästebewertungen auswerten und beantworten



## Leitlinien für Gästebewertungen

- Bewertungen kontinuierlich analysieren, um eigene Stärken und Schwächen zu erkennen. Feedback geben – insbesondere, wenn es sich um Beschwerden handelt.
- Gästebewertungen sind die beste PR, denn die (positiven) Bewertungen sorgen für digitale Mundpropaganda. Gästebewertungen auf der eigenen Webseite einzubinden kann helfen, neue Gäste für sich zu gewinnen.
- Unternehmen, die ihre Kundenrezensionen auswerten, profitieren gleichsam von einer kostenlosen Marktforschung und können ihre Produkte und Services besser an den Kundenbedürfnissen ausrichten.
- Aktiv um Feedback bitten: Unternehmen sammeln mehr positive Bewertungen, wenn sie ihre Kunden aktiv um Feedback bitten. Sprechen Sie Ihre Gäste in Kundengesprächen, beim Checkout oder in Nachfassmails persönlich an und motivieren Sie zu Gästebewertungen.

## Der richtige Umgang mit negativen Bewertungen

Die Bewältigung negativer Online-Bewertungen erfordert eine strategische Herangehensweise, um das Ansehen eines Unternehmens zu wahren. Hier sind einige Tipps, um professionell mit Kritik umzugehen:

### Tipp 1: Benennung eines Verantwortlichen

Es ist entscheidend, dass Bewertungen stets im gleichen Stil beantwortet werden. Daher sollte in Ihrem Unternehmen ein „Bewertung-Beantwortungs-Beauftragter“ ernannt werden, der sich um positive und negative Bewertungen kümmert und potenzielle Trends oder Fake-Bewertungen erkennen kann.

### Tipp 2: Schnelle Reaktion auf negative Bewertungen

Negative Bewertungen können das Vertrauen beeinträchtigen. Daher ist es wichtig, dass sehr schnell auf negative Bewertungen geantwortet wird, bevor sie von zu vielen potenziellen Kunden gelesen werden.

Newsletter abonnieren

Beitrag gefällt mir



## Zielgruppengerechte Angebotsgestaltung

14 Kunst, Kultur und Natur

Innerhalb unseres Produktes/Hauses werden die Themen Kunst/Kultur/Natur regional repräsentiert und durch ausgewählte Elemente (Bilder, Einrichtung, Speisen) für den Gast erlebbar



☒ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein

Kommunikationselemente

Aktive Zielgruppe

Wir berücksichtigen bewusst die Bedürfnisse von Radfahrern und/oder Wanderern in unserem Angebot (Einrichtung, Unterstellmöglichkeiten, Lunchpaket)



☐ Ja ☒ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein

Kommunikationselemente

Zielgruppengerechte Einrichtung

Unsere Einrichtung ist auf die Zielgruppe und Marke des Urlaubslandes MV ausgerichtet (hohe Qualität, ästhetisch ansprechend, modern).



☐ Ja ☐ In Arbeit ☒ In Planung ☐ Nein

Kommunikationselemente

Dashboard

Check Qualität/Nachhaltigkeit

Check Familienurlaub

Meine Ergebnisse

Nächste Schritte

Verwaltung

Einstellungen

Check Qualität/Nachhaltigkeit 132

13/13 Schritte

Fortschritt 100%



# Natur, Kunst und Kultur

## 1. Aktivitäten in der Natur:

- Geführte Wanderungen und Naturausflüge
- Leihfahrräder oder E-Bikes für umweltfreundliche Erkundungstouren
- Picknickkörbe mit regionalen (Bio)-Lebensmitteln für Ausflüge
- Umweltfreundliche Verpackung für Wanderungen (z. B. Papier-Picknicktüten, Flaschen zum Wiederauffüllen)
- Karten und Informationen über nahegelegene Naturschutzgebiete und/oder Wanderwege
- Yoga- oder Tai Chi-Kurse im Freien, z. B. am Seeufer oder im Wald
- Waldbaden-Kurse z.B. in einem unserer Kur- und Heilwälder

## 2. Aktivitäten Kunst und Kultur:

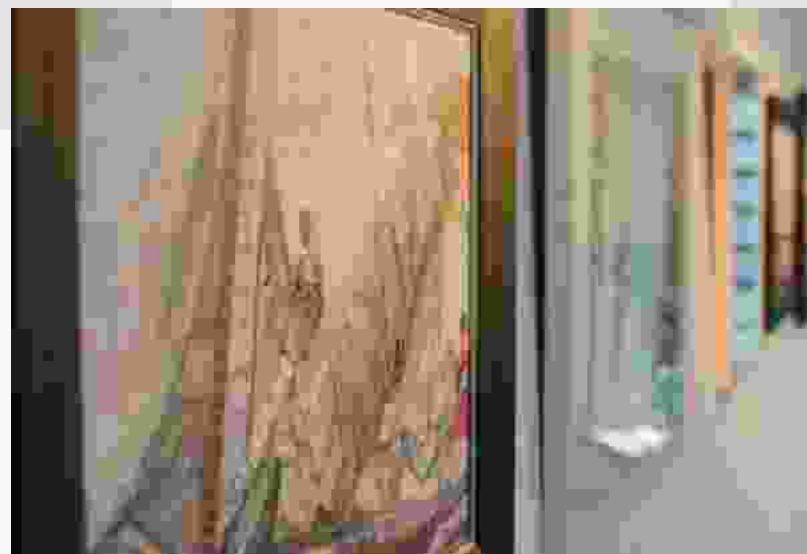
- Kunstausstellungen im Hotel oder in der Nähe
- Regionale Kunstobjekte als Souvenirs zum Verkauf
- Kooperationen mit lokalen Galerien und Künstlern für Workshops oder Führungen
- Veranstaltungskalender (z.B. digital oder als Auslage im Zimmer) mit kulturellen Events in der Umgebung
- Hoteleigene Konzerte, Lesungen oder Kunstperformances
- Kreativraum für Gäste mit Malutensilien und Kunsthandwerksmaterialien

## 3. Materialien und Ausstattung:

- Kunstwerke: Hängen Sie lokale Kunstwerke an den Wänden auf. Dies können Gemälde, Fotografien oder Skulpturen von örtlichen Künstlern sein. Dies fördert die lokale Kunstszene und bietet den Gästen die Möglichkeit, die Kultur der Region zu erleben.
- Themenzimmer: Gestalten Sie einige Zimmer thematisch, um verschiedene Aspekte von Kunst und Kultur zu repräsentieren. Zum Beispiel könnte ein Zimmer mit antiken Möbeln und Kunstwerken im Stil einer bestimmten Epoche gestaltet sein.
- Bibliothek: Richten Sie eine Bibliothek mit Büchern über Kunst, Kultur und die Natur der Region ein. Dies bietet den Gästen die Möglichkeit, sich weiterzubilden und inspirieren zu lassen.

Newsletter abonnieren

Beitrag gefällt mir



## Zielgruppengerechte Angebotsgestaltung

Dashboard

Check Qualität/Nachhaltigkeit

Check Familienurlaub

Meine Ergebnisse

Nächste Schritte

### Verwaltung

Einstellungen

Check Qualität/Nachhaltigkeit-T22

Übersicht

Fortschritt

0%



### Aktive Zielgruppe

Wir berücksichtigen bewusst die Bedürfnisse von Radfahrern und/oder Wanderern in unserem Angebot (Einrichtung, Unterstellmöglichkeiten, Lunchpaket)



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein

Kommunitas | Diskussionsforum

### Zielgruppengerechte Einrichtung

Unsere Einrichtung ist auf die Zielgruppe und Marke des Urlaubslandes MV ausgerichtet (hohe Qualität, ästhetisch ansprechend, modern)



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein

Kommunitas | Diskussionsforum

### Nachhaltige Bauschlüsse

Im Bauschlussergebnis (Schlafen, Essen, Informationen) sind nachhaltige oder regionale Produktelemente integriert



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein

Kommunitas

### Tipps

Mehr Informationen unter diesem [Link](#)



# Acht Gestaltungsprinzipien – Leitwerte

## Die natürliche Schönheit unseres Landes feiern

### Authentisch

- einzigartiges und originelles Design erzählt eine Geschichte
- Design spiegelt eigene(n) Persönlichkeit, Geschmack und Stil wider
- echte Materialien verwenden und die ursprüngliche Architektur erhalten



### Wasserbezug

- erfrischende, luftige Atmosphäre
- weiße, blaue und sandige Farbtöne
- natürliche Materialien wie Treibholz, Seegras und Muscheln
- dezenter Einsatz typischer Elemente, wie gestreifte Stoffe, Seilakzente und nautische Motive wie Anker oder Leuchttürme



# Acht Gestaltungsprinzipien – Leitwerte

## Die natürliche Schönheit unseres Landes feiern

### Authentisch

- einzigartiges und originelles Design erzählt eine Geschichte
- Design spiegelt eigene(n) Persönlichkeit, Geschmack und Stil wider
- echte Materialien verwenden und die ursprüngliche Architektur erhalten



### Wasserbezug

- erfrischende, luftige Atmosphäre
- weiße, blaue und sandige Farbtöne
- natürliche Materialien wie Treibholz, Seegras und Muscheln
- dezenter Einsatz typischer Elemente, wie gestreifte Stoffe, Seilakzente und nautische Motive wie Anker oder Leuchttürme



# Acht Gestaltungsprinzipien – Leitwerte

## Die natürliche Schönheit unseres Landes feiern

### Authentisch

- einzigartiges und originelles Design erzählt eine Geschichte
- Design spiegelt eigene(n) Persönlichkeit, Geschmack und Stil wider
- Unterkunft an den historischen Charakter der Umgebung anpassen (z.B. Elemente aus vergangenen Zeiten)
- ländlicher oder urbanen Stil, Leben am Wasser, Hanse, Herrenhäuser, ...

### Wasserbezug

- erfrischende, luftige Atmosphäre
- weiße, blaue und sandige Farbtöne
- natürliche Materialien wie Treibholz, Seegras und Muscheln
- dezenter Einsatz typischer Elemente, wie gestreifte Stoffe, Seilakzente und nautische Motive wie Anker oder Leuchttürme



# Acht Gestaltungsprinzipien – Farbe

## Funktion, Ästhetik und Stimmung entscheiden

- Farben für Wände, Möbel, Beleuchtung, Stoffe und Dekoration sind abhängig von der Funktion und Stimmung des Raumes
- Warme Farben wie Rot, Orange und Gelb erzeugen ein Gefühl von Energie und Lebendigkeit
- Kühle Farben wie Blau, Grün und Violett beruhigen und entspannen
- Neutrale Farben wie Weiß, Grau und Braun werden ebenfalls als beruhigend empfunden
- **Abgestimmter und bewusster Einsatz:** Farben gut aufeinander abstimmen
- **Pastell und Natur:** Dezenste und natürliche Farben verwenden, Pastelltöne beispielsweise wirken beruhigend



# Acht Gestaltungsprinzipien – Material

## **Lokal, natürlich und nachhaltig**

Die Urlaubsmarke MV steht für einen schonenden Umgang mit Ressourcen und einen hohen Qualitätsstandard. Das sollte sich auch in den verwendeten Materialien zeigen.

## **Herkunft der Materialien**

- lokal produzierte und nachhaltig hergestellte Materialien wie Leinen, Wolle, Keramik, Webteppiche von lokalen Handwerkern usw. verwenden

## **Lebenszyklus**

- langlebige Materialien nutzen
- müssen weniger oft ersetzt werden und sparen damit Reparatur- und Sanierungskosten

## **Energieeffizienz**

- Energieeffizienz eines Gebäudes verbessern, z.B. durch Isolierung



# Acht Gestaltungsprinzipien – Erlebnis

## Alle Sinne ansprechen

### Riechen

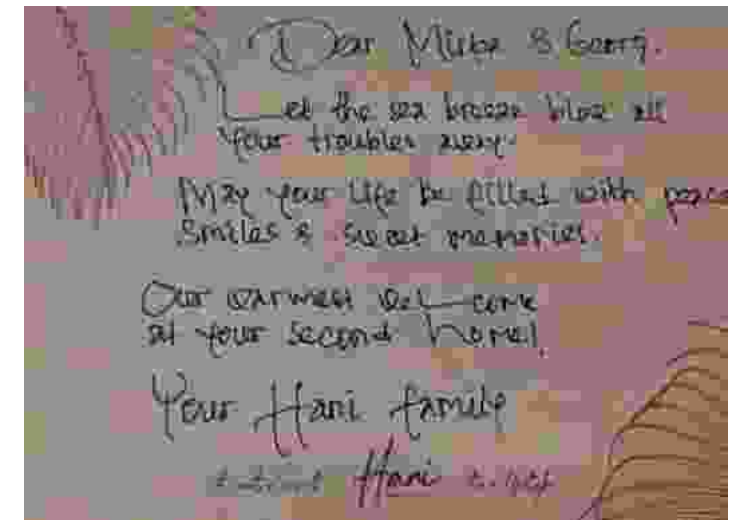
- Riechsinn kann z.B. durch frische Seeluft, dem Duft von frischem Holz, gebackenem Brot, Blumen und Kräutern, ätherische Öle usw. angeregt werden
- keine künstlichen Düfte verwenden

### Schmecken

- lokalen Spezialitäten oder Speisen und Getränke anbieten, die mit der regionalen Lebenskultur in Verbindung stehen

### Beispiele

- Blumenstrauß mit frischen regionalen Blumen
- Heuballen im Eingangsbereich
- lokale Überraschungen als Begrüßung (typische Lebensmittel, Seife, etc.)
- eine handgeschriebener Willkommens-Notiz
- Natur und Umgebung hören, Seeluft riechen



## Gästekommunikation

🏠 Dashboard

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit

📄 Check Familienurlaub

📄 Meine Ergebnisse

📄 Nächste Schritte

Verwaltung

⚙ Einstellungen

✖



Check Qualität/Nachhaltigkeit 149

0/63 Schritte

Fortschritt

0%



Impressum

28

Gastesensibilisierung

Wir sensibilisieren und ermuntern unsere Gäste, einen aktiven Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten.



Ja



In Arbeit



In Planung



Nein



Kommentare / Dokumente

29

Gastro: Produktherkunft

Unsere Speisekarte informiert über die Herkunft unserer Produkte.



Ja



In Arbeit



In Planung



Nein



Kommentare / Dokumente



# # natürlich Mit Verantwortung



Ich brenne nicht  
für Zigaretten.

Zigaretten und Feuerhaken können  
verunreinigen. Warten Sie bitte, bis wir  
sicher sind, dass die Luft wieder sauber ist.

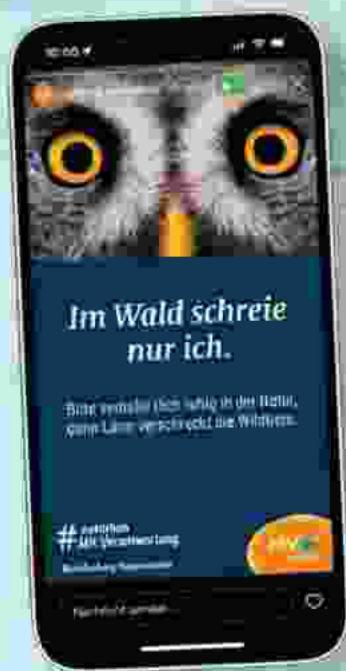
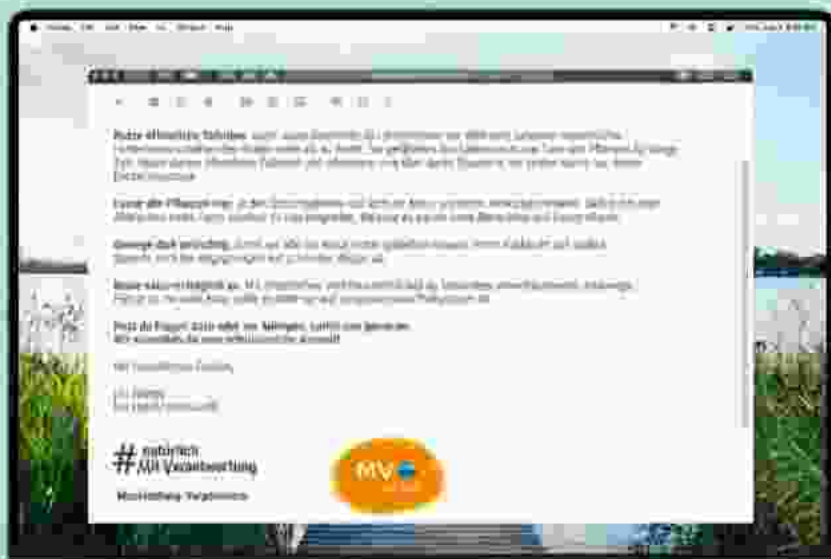
# natürlich  
Mit Verantwortung  
Müllabfuhr Trier



Müll im Magen kann  
ich nicht vertragen.

Bitte geben Sie Ihren Müll  
nicht in den Magen der Tiere.

# natürlich  
Mit Verantwortung  
Müllabfuhr Trier



Im Wald schreie  
nur ich.

Bitte vermeiden Sie laute Geräusche im Wald,  
damit die Tiere nicht verwirrt werden.

# natürlich  
Mit Verantwortung  
Müllabfuhr Trier



The dune is  
only my stage.

Thank you for staying off the dunes. They  
are home to many animals and protect  
against floods and storms.

# natürlich  
Mit Verantwortung

Müllabfuhr Trier



🏠 Dashboard

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit

👤 Check Familienurlaub

📄 Meine Ergebnisse

📅 Nächste Schritte

Verwaltung

⚙️ Einstellungen

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit-T22  
 0/63 Schritte

Fortschritt 0%



21

Strommessung

Wir messen und dokumentieren kontinuierlich unseren Stromverbrauch. Anhand der Dokumentation werden Ziele und Maßnahmen zur Senkung/Verbesserung festgelegt.

📄

☐ Ja ☒ in Arbeit ☐ in Planung ☐ Nein

📄 Kontinuierlich / Dokumentiert

1

Strombezug

Wir beziehen Strom aus erneuerbaren Energiequellen (Ökostrom) oder aus selbst erzeugter Energie (komplett oder teilweise).

📄

☐ Ja ☒ in Arbeit ☐ in Planung ☐ Nein ☐ Nicht zutreffend

📄 Kontinuierlich / Dokumentiert

Tipps

Mehr Informationen unter diesem [Link](#)

1

Wasserverbrauch

Wir messen und dokumentieren kontinuierlich unseren Wasserverbrauch. Anhand der Dokumentation werden Ziele und Maßnahmen zur Senkung/Verbesserung festgelegt.

📄

☐ Ja ☒ in Arbeit ☐ in Planung ☐ Nein

📄 Kontinuierlich / Dokumentiert



Landesenergie- und Klimaschutzagentur Mecklenburg-Vorpommern

## Energieberatung für Hotels und Gastrobetriebe

Die Landesenergie- und Klimaschutzagentur Mecklenburg-Vorpommern GmbH (LEKA MV) ist eine Einrichtung des Landes MV. Als zentrale Anlaufstelle berät sie unabhängig zu den Themen Energieeffizienz, erneuerbare Energien und wirksamer Klimaschutz.

Mehr Infos:

- [leka-mv.de/unternehmen](https://leka-mv.de/unternehmen)
- [mv-effizient.de/beratung/effizienzberatung](https://mv-effizient.de/beratung/effizienzberatung)

Mit dem Betrieb einer eigenen Photovoltaikanlage lassen sich in der Regel nicht nur die Stromkosten deutlich reduzieren. Auch in Sachen Klimaschutz und Außenwirkung bringt die saubere Stromerzeugung viele Vorteile für Unternehmen mit sich. Um weitere Informationen zum Thema "Strom vom eigenen Firmendach" zu erhalten, folgen Sie gerne dem Link.

## Förderberatung des Landesentrums für erneuerbare Energien

Die Fördermittelprogramme im Bereich Klimaschutz sind über eine große Breite verschiedenster Institutionen und Themen gefächert. Weitere Informationen zum Projekt der Förderberatung gibt es [hier](#).

Newsletter abonnieren



Newsletter abonnieren

Beitrag gefällt mir



Adress

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Stichwörter

Energiesicherheit

Nachhaltigkeit

Qualität

Beitrag teilen



Das könnte Sie interessieren

Klimawandel

Barrierefreiheit

Mobilität

Natur

Familie

Radwandern

Impressum | Datenschutz | Kontakt | Sitemap

© 2023 TM

🏠 Dashboard

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit

👤 Check Familienurlaub

📊 Meine Ergebnisse

📅 Nächste Schritte

Verwaltung

⚙️ Einstellungen

📄 Check Qualität/Nachhaltigkeit-T22

📅 Schritte

Fortschritt 0%



## Information

Mitarbeitende werden in Bezug auf Nachhaltigkeits- und Qualitätsthemen regelmäßig informiert.



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein



Kommentare / Dokumente



## Weiterbildung

Mitarbeitende nehmen jährlich an Weiterbildungen teil.



☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein



Kommentare / Dokumente



## Chancengleichheit

In unserem Unternehmen herrscht Chancengleichheit unabhängig von Geschlecht, Religion, Rasse, Ethnie, Alter. Beispiele: Teilnahme an Weiterbildung, Besetzung von Führungspositionen, flexible Arbeitszeitmodelle, gleiches Gehalt etc.

☐ Ja ☐ In Arbeit ☐ In Planung ☐ Nein



Kommentare / Dokumente

## Tipps

Gut ausgebildete und geschulte Arbeitskräfte sind die Basis jedes erfolgreichen Unternehmens. Und diesem [Link](#) sind aktuelle Weiterbildungsmöglichkeiten zu finden.



## Schulungen und Seminare für touristische Leistungsträger in MV

von 0,3 Stunden / 12 Min.

### Online-Kompaktseminar "Nachhaltigkeitsmanager\*in im Tourismus" von TourCert

Erweitern Sie mit dem zweitägigen, praxisnahen Online-Seminar von TourCert Ihr Wissen über nachhaltige Praktiken im Tourismus und profitieren Sie von praktischen Tools und Checklisten.

👁 248 Aufrufe | ❤️ 0 Empfehlungen | ⌚ 1 min

von 10,1 Stunden / 12 Min.

### Nachhaltigkeitsberichtspflicht ist Thema des zweiten Teils der MV-TourismusTreff-Inforeihe Qualität und Nachhaltigkeit

Am 4. Juni 2024 laden der Tourismusverband MV zusammen mit Prof. Dr. Sandra Rochnowski von der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin zum Thema 'Neue EU-Richtlinien für Nachhaltigkei...

👁 345 Aufrufe | ❤️ 1 Empfehlung | ⌚ 1 min

von 15,1 Stunden / 12 Min.

### MV-TourismusTreff Arbeitskräfte: Anmeldungen für Mai und Juni jetzt

[Newsletter abonnieren](#)

aktuelle Seminare

Online-Kompaktseminar  
"Nachhaltigkeitsmanager\*in im...



Campingwirtschaft sucht:  
Auszubildende zur Kauffrau bzw...



BundesForum Kinder- und  
Jugendreisen bietet Online...



Weiterbildungsangebote für  
Gastronomie und Tourismus



Teilen Sie mit:



Impressum | Datenschutz | Kontakt | ...

🏠 Dashboard

📊 Check Qualität/Nachhaltigkeit

👤 Check Familienurlaub

📋 Meine Ergebnisse

📅 Nächste Schritte

Verwaltung

⚙️ Einstellungen

📊 Check Qualität/Nachhaltigkeit-122  
0/63 Schritte

Fortschritt 0%



83

Einbindung lokaler Bevölkerung

Wir engagieren uns für die Einbindung der lokalen Bevölkerung und fördern mit Projekten und Aktionen die Tourismusakzeptanz.



Tipps

Mehr Informationen unter diesem [Link](#).

☐ Ja

☐ In Arbeit

☐ In Planung

☐ Nein


Kommentare / Dokumente

🏠

Dimensionen

Soziokultur

Partnerschaften

☰

Interessenverbände

Wir sind Mitglied in relevanten Interessenverbänden.


☐ Ja

☐ In Arbeit

☐ In Planung

☐ Nein


Kommentare / Dokumente

Netzwerke

Wir sind in relevanten Marketing- und Themennetzwerken, in Entscheidungs- und Unterstützungsgremien aktiv.

☐ Ja

☐ In Arbeit

☐ In Planung

☐ Nein


9



Um die Tourismusakzeptanz bei der lokalen Bevölkerung zu fördern, sollte die Preisstruktur so angepasst werden, dass Leistungen wie Hotelrestaurants oder Wellnessbereiche von Einwohnern zu vergünstigten Tarifen genutzt werden können. Zusätzlich sollten im hochpreisigen Segment temporäre Rabatte oder Aktionen außerhalb der Saison angeboten werden, um Einwohnern attraktive Angebote zu unterbreiten und ihre Teilnahme zu erhöhen.

- lebenslang freier Eintritt für Einwohner von Rügen und Hiddensee im Nationalpark-Zentrum KÖNIGSSTUHL
- WILDCARD für den BÄRENWALD Müritz für alle Einwohner aus Stuer
- Wilder Kaiser Bürger Card
- Heimatkarte Schwarzwald Plus

Generell sollten touristische Angebote so geschaffen werden, dass sie auch für Einwohner attraktiv sind. Best Practice Beispiele dazu sind der Gutshof Lleben (Sauna, Wellnessbereich und die Badelandschaft sind gleichzeitig ein öffentliches Schwimmbad) und das Postel Wol-



Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusakzeptanz



Nachhaltigkeit

Familie

[Home](#) | [About Us](#) | [Contact Us](#) | [Privacy Policy](#) | [Terms of Service](#)

- Dashboard
- Check Qualitätsnachhaltigkeit
- Check Familienfreundlichkeit
- Meine Ergebnisse
- Nächste Schritte



## Selbst-Check Qualität / Nachhaltigkeit-93

Gesamtergebnis in Prozent\*

\*bezogen auf die maximal erreichbare Punktzahl

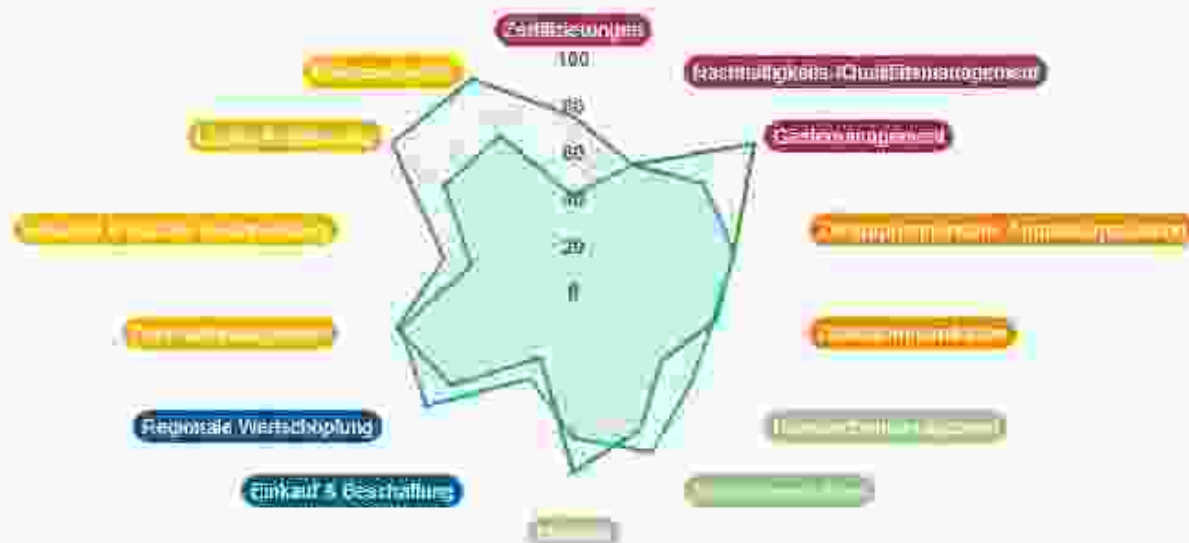
68

gültig bis

Super! Bei Qualität und Nachhaltigkeit ist Ihr Unternehmen ganz weit vorne.

## Mein Ergebnis

### Gesamtauswertung

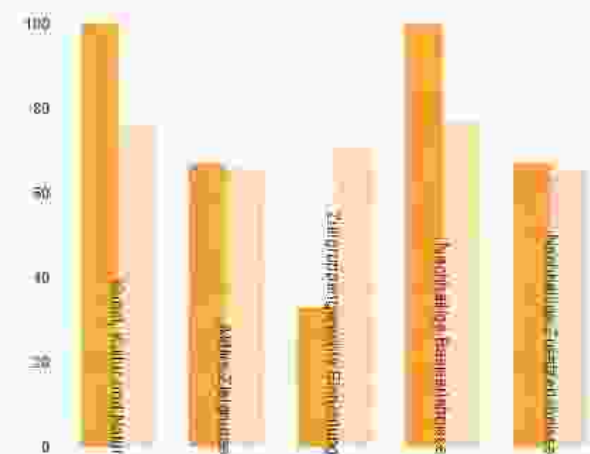


### Dimensionen

- Management & Organisation
- Kommunikation & Zielgruppe
- Ökologie
- Ökonomie
- Soziokultur

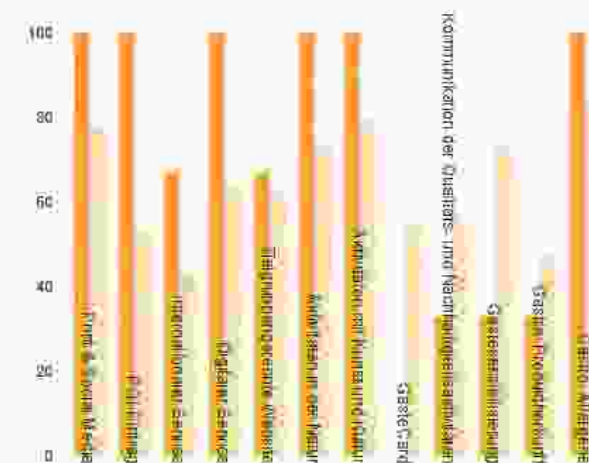


### Zielgruppengerechte Angebotsgestaltung



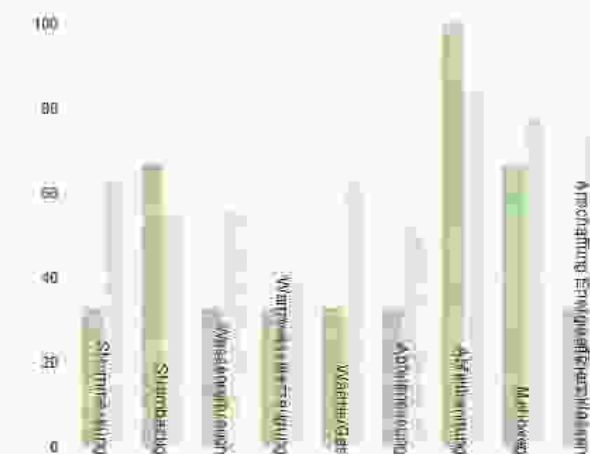
### Emissionsreduktion

## Gästekomunikation



## Mobilität

## Ressourcenmanagement



### Einkauf & Beschaffung



# Dämmung: Warum?

- 40 % des Energieverbrauchs und  $\frac{1}{3}$  der CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Gebäude
- Dach/Decke isolieren: 20–40 % Einsparung
- Innenwände: mind. 10 % Einsparung
- Fußböden: 5–10 % Einsparung
- Außenwände: 30 % Einsparung



# Natürliche Dämmstoffe

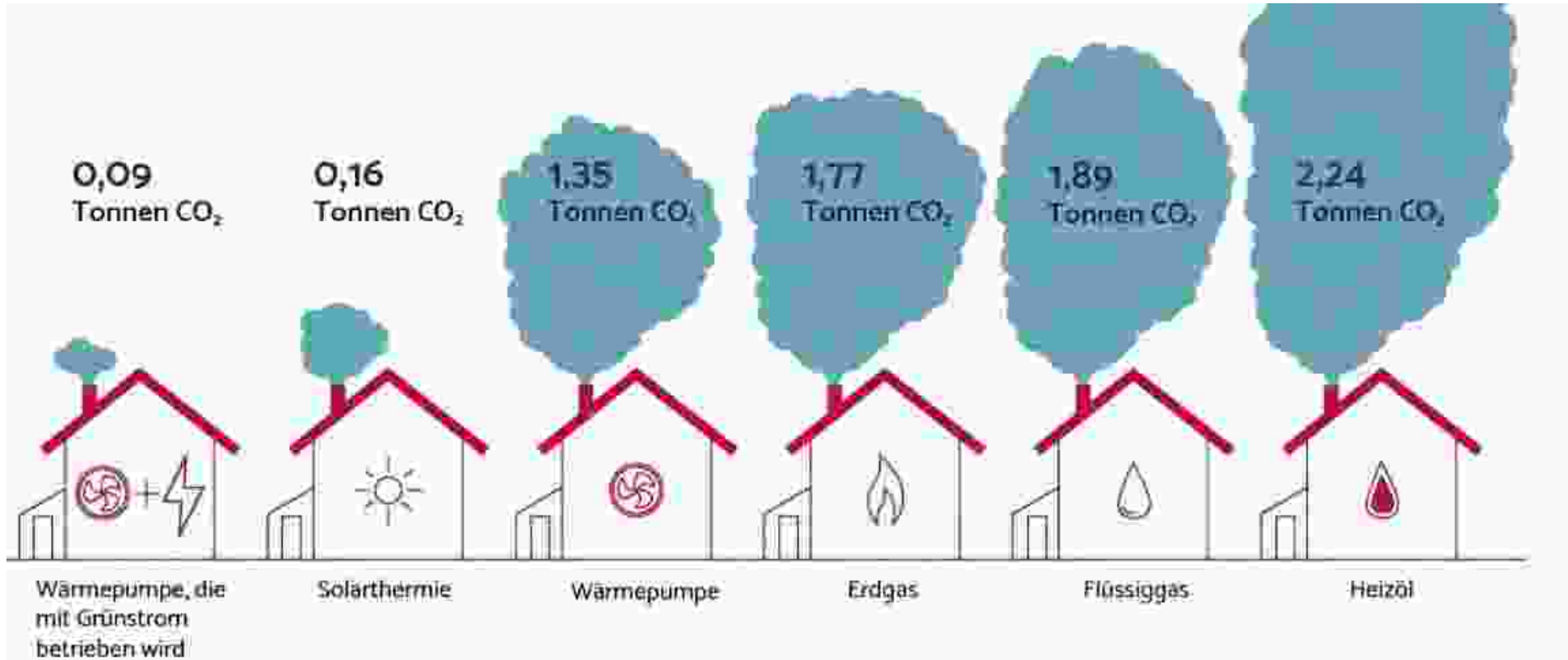
- **Kork:** Langer Transportweg, hoher CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Schadstoff- und bindemittelfrei. Brandklasse B 2. Ca. 30 €/m<sup>2</sup>.
- **Baumwolle:** Hoher Wassereinsatz, ggf. chemisch behandelt. Als Flocken oder Platten. Brandklasse B 2. Ca. 30 €/m<sup>2</sup>.
- **Schafwolle:** Dämmmatten/-vlies. Feuchtigkeitsaufnahme, schwer entflammbar, schimmel- und mottenresistent. 25–30 €/m<sup>2</sup>.
- **Hanf:** Schnellwachsend, ohne Dünger/Spritzmittel. Platten und Filze. Brandklasse B 2. Ca. 30 €/m<sup>2</sup>.
- **Flachs:** Sehr formbeständig, schädlingsresistent, beste Dämmwirkung unter Naturstoffen. 7–30 €/m<sup>2</sup>.
- **Seegras:** Beste Ökobilanz – wird am Strand gesammelt. Loses Stopfmaterial, sehr guter Schallschutz. Brandklasse B 2. Ca. 19 €/m<sup>2</sup>.

# Fenster – Tipps

- Mindestens zweifach verglast
- Nachts Fensterläden/Rollläden schließen
- Rollladenkästen isolieren
- Außenjalousien effektiver als Innenjalousien
- Wabenplissees als Isolierschicht
- Zugluftstopper an zugigen Stellen



# Heizen: Heizungssysteme



Quelle: CO<sub>2</sub>-Rechner des Umweltbundesamtes. Basierend auf folgenden Daten:  
Jahresverbrauch eines Vierpersonenhaushalts in einem 200m<sup>2</sup>-Mehrfamilienhaus

# Heizen: Heizungssysteme

- **Gas:** Begrenzte, importabhängige Ressource – Preis schwer kalkulierbar. Verbrennt klimaschonender als Öl, geringe Anschaffungs-/Betriebskosten. Steigender CO<sub>2</sub>-Preis!
- **Öl:** Importabhängig, hoher CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Preisrisiko durch Weltpolitik. Steigender CO<sub>2</sub>-Preis!
- **Nachtspeicher:** Strombasiert, sehr ineffizient und klimaschädlich. Platzsparend, wartungsarm, günstig – aber nur als temporäre Lösung geeignet.
- **Wärmepumpen:** Nutzen Umweltenergie (Boden, Luft, Wasser). Gute Ökobilanz, niedrige Heiz- und Betriebskosten, langlebig und wartungsarm.
- **Holzpellets/-hackschnitzel:** Bei nachhaltiger Herkunft nahezu klimaneutral. Niedrige Verbrauchskosten, aber hohe Anschaffungs-/Wartungskosten. Siegel: „Blauer Engel“.

# Heizen: Allgemeine Tipps

- Stoßlüften statt Dauerlüften
- Heizkörper nicht mit Möbeln/Vorhängen zustellen
- Anlage regelmäßig entlüften und warten
- Jedes Grad weniger = bis zu 6 % Heizkostenersparnis

Thermostate richtig nutzen

- Manuell: Einfache Raumtemperatur-Anpassung – mittlerweile Standard
- Elektronisch programmierbar: für einzelne Räume / gesamte Wohneinheit
- Digital / Smart Home: Steuerung per App, Fernbedienung oder Computer



# Solaranlage: Ist das etwas für mich?

- Dachbelastung prüfen (20–100 kg/m<sup>2</sup>)
- Standort: Verschattung durch Schornstein/Bäume?
- Größe: 4.000 kWh/Jahr  $\approx$  40–60 m<sup>2</sup> Anlagenfläche
- Genehmigung: Gemeinde-abhängig, vorher erkundigen
- Versicherung: Wohngebäudeversicherung prüfen (Hagel/Sturm)

# Ökostrom: Zeit für einen Wechsel

- Energiewirtschaft: 41,8 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen
- Ökostrom muss nicht teurer sein als konventioneller Strom
- Wechsel ist einfach – Vergleichsportale nutzen
- Tipp: **oekostromanbieter.org**

**Kostenlose Erstberatung für  
Unternehmen zum Thema  
Energieeffizienz und  
erneuerbare Energien bei  
<https://www.mv-effizient.de>**



# Wasser sparen

## Einfache Maßnahmen

- Spartasten an der Toilette: 3 L/Spülung
- Einhebel-Armaturen: Verkürzen die Mischzeit
- Perlatoren: Reduzierter Wasserfluss ohne Komfortverlust
- Standard-Duschkopf (ca. 12 L/Min) durch wassersparenden Duschkopf: (ca. 6 L/Min) – bei modernen Systemen kaum noch Komfortverlust



## Regenwasser auffangen

- Regenwassernutzungsanlage spart Frischwasser & Kosten
- Amortisation: ca. 10 Jahre
- Einfache Lösung: Regentonne/Zisterne für Gartenbewässerung
- Achtung: Kein Regenwasser von Zink-/Kupfer-/Bitumendächern



# Nachhaltig einrichten

## Bodenbelege

- Zertifiziertes Holz nutzen (FSC-Siegel, Blauer Engel)
- Heimische Holzarten bevorzugen (Buche, Eiche, Kiefer, Lärche)

## Möbel

- Nachhaltige Möbel: hochwertige, natürliche Rohstoffe, langlebig
- Heimische Hölzer statt Tropenholz (schlechte Ökobilanz, oft illegal)
- Zertifizierungen: FSC-Label, Blauer Engel
- Upcycling: Alte Möbel aufwerten statt wegwerfen

# Lichtquellen



|                   | Glühlampe     | Halogenlampe  | Energiesparlampe | LED            |
|-------------------|---------------|---------------|------------------|----------------|
| Lebensdauer       | 1.000 Stunden | 2.000 Stunden | 20.000 Stunden   | 25.000 Stunden |
| Leistungsaufnahme | 60 Watt       | 45 Watt       | 11 Watt          | 8 Watt         |
| Wärmeabgabe       | ja            | ja, extrem    | ja               | nein           |

# Reinigungsmittel

## Ökologische Reinigungsmittel: Gesundheit und Komfort

- Keine gewässerschädigenden Inhaltsstoffe
  - Keine Farb-, Duft- oder Konservierungsstoffe
  - Biologisch abbaubar
  - Phosphat- und lösungsmittelfrei
  - Ökologische Verpackung
- **Wirksam!**



# Siegel nachhaltige Produkte



## Europäisches Umweltzeichen

Ein Kennzeichen für Produkte mit geringer Umweltauswirkung.



## eco-INSTITUT

Ein Siegel für Matratzen und Holzprodukte ohne Schadstoffe.



## Nature Care Products Standard (NCP)

Die Umwelt-Kennzeichnung für Produkte des täglichen Bedarfs.



## Der Blaue Engel

Das Siegel der Jury Umweltzeichen für eine Vielzahl alltäglicher Produkte.



## Nordic Ecolabel – Wasch- & Reinigungsmittel

Zeichnet u.a. umweltfreundliche Wasch- und Reinigungsmittel aus.

# Nachhaltige Shops



# Nachhaltige Shops



# Außenanlagen

- Staudenbeete: Ganzjährig attraktiv, Insektennahrung, wenig Unkraut
- Einheimische, standortgerechte Pflanzen wählen
- Verzicht auf Herbizide, Pestizide, torfhaltige Produkte
- Teich anlegen: Tränke, eigener Lebensbereich, Anziehungspunkt.
- Trockenmauern: Wärmespeicher, Lebensraum, Kleinklima-Verbesserung
- Insektenhotels als Nisthilfe für Wildbienen



<http://www.insekten-hotels.de>



<https://qualitaetslotse.tourismus.mv>



### Individuelle und kostenlose Beratung

- Qualitätslotsen-Zeit (jeden ersten Do im Monat, 9-10 Uhr)
- Qualitätslotsen-Chat (Anmeldung per Mail)
- **Individuelle Beratung**  
Ulrike Bodieschek  
Managerin Qualität und Nachhaltigkeit  
Mecklenburg-Vorpommern Tourismus GmbH  
0381-4030670, [u.bodieschek@auf-nach-mv.de](mailto:u.bodieschek@auf-nach-mv.de)

# Qualitätsmanagementsysteme für Ferienwohnungsbetreibende

*Ihre Tools zur Qualitätsentwicklung mit detailliertem Blick auf Ihre spezifische Zielgruppe*

- DTV-Klassifizierung
- Reisen für Alle
- Qualitätsmanagement Familienurlaub
- Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland
- Bett+Bike Zertifizierung
- Müritz-Nationalpark-Partner



Copyright: MV-T/Roth

# DTV-Klassifizierung

... **aktuell 147 klassifizierte Ferienunterkünfte in der Mecklenburgischen Seenplatte** [Quelle: Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte]



- Die DTV-Klassifizierung für Ferienunterkünfte bietet Gastgebern die Möglichkeit, ihre Qualität sichtbar zu machen und Gästen verlässliche Orientierung bei der Auswahl zu geben. Durch die Sterne-Auszeichnung steigern Sie die Attraktivität Ihrer Unterkunft, verbessern Ihre Marktchancen und heben sich von der Konkurrenz ab.  
Ein transparenter Kriterienkatalog sorgt für Fairness und Vertrauen – ein echter Mehrwert für Vermieter und Gäste gleichermaßen
- Die DTV-Klassifizierung für Ferienunterkünfte kostet 180 € netto und ist drei Jahre gültig. Bei der Prüfung mehrerer Unterkünfte profitieren Sie von einer attraktiven Preisstaffelung. Den genauen Preis für Ihre Ferienwohnung teilen wir Ihnen gern auf Anfrage mit.
- Weitere Informationen [finden Sie hier](#).
- Ansprechpartner in der Mecklenburgischen Seenplatte ist:  
Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte  
Sarah Mönnich  
[s.moennich@1000seen.de](mailto:s.moennich@1000seen.de)  
+49 39931 53812



Copyright: MV-T/Gross



# Reisen für Alle

... **aktuell 41 zertifizierte Unternehmen in der Mecklenburgischen Seenplatte** [Quelle: MV Tourismus GmbH]

- Reisende mit Handicap, Senioren und Familien sollen anhand der Kennzeichnung selbst einschätzen können, ob ein Angebot geeignet ist; zugleich fördert das System durch Anbieterschulungen Sensibilität und Qualität entlang der Servicekette
- Alle Unternehmen entlang der touristischen Dienstleistungskette können mitmachen und eine Kennzeichnung erhalten.
- Gekennzeichnete Unternehmen gewinnen neue Gästegruppen, steigern Umsatz und profitieren von kostenfreien Schulungen für bis zu zehn Mitarbeitende. Geprüfte Daten und detaillierte Berichte bieten verlässliche Infos für Reisende, die Darstellung des gekennzeichneten Unternehmens erfolgt auf reichweitenstarken, teils mehrsprachigen Plattformen – basierend auf objektiver Prüfung
- Weitere Informationen [finden Sie hier](#).
- Bei Fragen oder Interesse wenden Sie sich gern an:  
MV Tourismus GmbH  
Anne Wilken  
[a.wilken@auf-nach-mv.de](mailto:a.wilken@auf-nach-mv.de)  
+49 381 40 30 682



Copyright: MV-T/Ulrich

# Qualitätsmanagement Familienurlaub

**...aktuell 22 zertifizierte Unternehmen in der Mecklenburgischen Seenplatte**

[Quelle: MV Tourismus GmbH]

- Infrastruktur, Angebote und Prozesse im Unternehmen werden durch Antragssteller\*in reflektiert und über Kriterienbogen erfasst in Kategorien: Beherbergungsbetriebe, Erlebnispartner, Gastronomiebetriebe, Tourismusorte
- fachkundige Jury gleicht anonym ab (Mystery-Check)
- es folgte direktes Beratungs- und Auswertungsgespräch mit Anregungen für Verbesserungen beim Antragsteller vor Ort
- Qualitätssiegel wird in Form einer Urkunde an die Betriebsinhaber\*innen vergeben. Mit dem Qualitätssiegel (print/digital) darf geworben und als Wettbewerbsvorteil in der Vermarktung eingesetzt werden
- Erhältlich außerdem Marketingartikel in Form von Plaketten und Fahnen
- Weitere Informationen und Kriterienbögen (2025) [finden Sie hier.](#)
- Bei Fragen oder Interesse wenden Sie sich gern an:  
MV Tourismus GmbH  
Anne Seifert  
[a.seifert@auf-nach-mv.de](mailto:a.seifert@auf-nach-mv.de)  
+49 381 4030653



Copyright: MV-T/Tiermann

# Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland

...**aktuell 5 zertifizierte Unternehmen in der Mecklenburgischen Seenplatte** [Quelle: Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte]

- Die Qualitätsauszeichnung „Wanderbares Deutschland“ bietet wanderfreundlichen Gastgebern die Möglichkeit, ihre besondere Servicequalität sichtbar zu machen und Wanderern verlässliche Orientierung bei der Unterkunftswahl zu geben.
- Durch die Zertifizierung steigern Sie Ihre Attraktivität für Wanderurlauber, verbessern Ihre Vermarktungschancen und heben sich klar von der Konkurrenz an.
- Ein klar definierter Kriterienkatalog gewährleistet Transparenz und Vertrauen – ein wichtiger Vorteil für Gastgeber und Gäste gleichermaßen.
- Kosten 200 € netto / Gültigkeit des Siegels: 3 Jahre
- Weitere Informationen [finden Sie hier.](#)
- Bei Fragen oder Interesse wenden Sie sich gern an:  
Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte  
Sarah Mönnich  
[s.moennich@1000seen.de](mailto:s.moennich@1000seen.de)  
+49 39931 53812



Copyright: MV-T/Gänsicke



# Bett+Bike Zertifizierung

**...2025 wurden 40 Unterkünfte in der Mecklenburgischen Seenplatte zertifiziert** [Quelle: ADFC, Stand: 17.11.2025]

- Mit der Zertifizierung durch den ADFC positioniert sich eine Unterkunft gezielt für Radreisende.
- Teilnehmen können Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Jugendherbergen und Campingplätze – grundsätzlich also alle Beherbergungsbetriebe, die Radreisenden einen passenden Service bieten möchten.
- Zu den wichtigsten Voraussetzungen zählen: Aufnahme der Radreisenden für eine Nacht, sicherer Abstellplatz für Fahrräder, Werkzeug oder Reparaturset für kleine Reparaturen, Möglichkeit zum Trocknen von Kleidung und Ausrüstung, Informationen zu Radwegen, Werkstätten oder Touren.
- Mit der erfolgreichen Zertifizierung erhält der Betrieb das offizielle Qualitätssiegel und Marketingmaterial. Das Unternehmen wird u. a. im Bett+Bike-Verzeichnis gelistet und erhält größere Sichtbarkeit bei Radreisenden.
- Weitere Informationen [finden Sie hier](#).
- Ansprechpartner ist:  
[ADFC Mecklenburg-Vorpommern e. V.](#)



Copyright: MV-T/Roth

# Müritz-Nationalpark-Partner

...**aktuell 42 Partner** [Quelle: Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte]

- Die Partnerschaft im Müritz-Nationalpark bietet Unternehmen die Möglichkeit, sich aktiv für nachhaltigen Tourismus und den Schutz der Natur einzusetzen.
- Umfassende Information der Gäste über den Nationalpark und regionale Produkte.
- Unternehmen mit deutlichem Bezug zum Müritz-Nationalpark können Partner werden. Die Anerkennung ist an bestimmte Kriterien gebunden. Das Siegel ist drei Jahre gültig.
- Die Mitgliedsbeiträge starten, je nach Betriebsgröße, bei 100 € netto pro Jahr.
- Weitere Informationen [finden Sie hier](#).
- Bei Fragen oder Interesse wenden Sie sich gern an:  
Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte  
Sarah Mönnich  
[s.moennich@1000seen.de](mailto:s.moennich@1000seen.de)  
+49 39931 53812



Copyright: MV-T/Lodzig