

## Konzept

# Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Tourist-Information Mühlhausen



# MÜHLHAUSEN

Mittelalterliche Reichsstadt

## Kontakt

Dr. Kai Pagenkopf  
Albertstraße 15  
48145 Münster  
Tel. 0251 – 35108

E-Mail [info@pagenkopf-consulting.de](mailto:info@pagenkopf-consulting.de)  
Web <http://www.pagenkopf-consulting.de>

Stand: 25.04.2022

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Maßnahmen</b> .....	<b>2</b>
2.1	ENERGIE SPAREN UND NACHHALTIGEN STROM NUTZEN .....	2
2.2	RESSOURCEN SPAREN .....	4
2.3	EINKAUF .....	7
2.4	VERMARKTUNG .....	8
2.5	ANGEBOTSSTRUKTUR .....	9
<b>3</b>	<b>Einbindung strategischer und operativer Partner*innen</b> .....	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Quellen</b> .....	<b>14</b>

# 1 Einführung

---

Mühlhausen hat bereits einige wichtige Schritte eingeleitet, um seinen CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren und klimaneutraler zu werden. So werden in der Tourist Information (im folgenden TI genannt) bereits Stoff- und Papierbeutel anstelle von Plastiktüten sowie Recyclingpapiertücher verwendet. Im Folgenden finden sich, gegliedert in unterschiedliche Bereiche, diverse Handlungsempfehlungen, wie Mühlhausen noch nachhaltiger werden kann und damit nicht nur einen Wettbewerbsvorteil für sich, sondern auch einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag leisten kann. Die Empfehlungen enthalten zudem drei Skalen, die Aussagen über die Dringlichkeit sowie den Aufwand und die Kosten zur Umsetzung der Maßnahme angeben.

Den Mitarbeiterinnen der TI wird vom Consultingbüro Dr. Kai Pagenkopf ein Maßnahmenkatalog in Form einer **Nachhaltigkeitscheckliste** zur Verfügung gestellt. Zur effizienten Nutzung ist es angeraten, dass sich jede Mitarbeiterin ein bis zwei Aspekte herausucht, diese farblich hervorhebt (bspw. mit einem Textmarker) und sich in Zukunft besonders auf diese(n) Aspekt(e) fokussieren wird.

## 2 Maßnahmen

---

### 2.1 Energie sparen und nachhaltigen Strom nutzen

Strom zu sparen ist eine der einfachsten Möglichkeiten, klimabewusster zu leben und zu arbeiten.

Durch **Lampen mit Bewegungssensor** auf den Toiletten wird nur so viel Licht verwendet wie auch tatsächlich benötigt wird.

●●○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●●○ Kosten

**LED-Lampen** verbrauchen aufgrund ihrer optimierten Effizienz bis zu 80 % weniger Energie als herkömmliche Lampen (leds.de o.J.). Alle bestehenden Glühbirnen sollten durch LEDs ausgetauscht werden. Bei Neuanschaffungen sollten ausschließlich LED-Lampen eingekauft werden.

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●●○ Kosten

**Energieeffizienzlabels** erlauben es dem/der Verbraucher\*in, energiesparende Elektrogeräte zu erwerben. Die Effizienzklassen unterscheiden sich je nach Produktgruppe. Daher empfiehlt es sich, vor dem Kauf herauszusuchen, welche Effizienzklasse für das jeweilige Produkt die Beste ist. Hierfür eignet sich beispielsweise die Internetplattform EcoTopTen des Ökoinstituts e.V. (<https://www.ecotopten.de/>). Die Anschaffung entsprechender Geräte erfolgt über die Wirtschaftsbetriebe Mühlhausen GmbH, die diese Maßnahme auf alle Geschäftsfelder übertragen sollte. Darüber hinaus ist es sinnvoll, auch weitere Labels (bspw. Blauer Engel) sowie die Lebensdauer und den allgemeinen Ressourcenverbrauch miteinzubeziehen.

●●● Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Derzeit bezieht die TI Mühlhausen ihren Strom von den Mühlhäuser Stadtwerken. Mit einem **Wechsel zum MühlStrom Öko** der Stadtwerke lässt sich einfach und unkompliziert Ökostrom beziehen. Der Mehrpreis (Grundpreis/Monat) im Vergleich zum MühlStrom Treue beträgt lediglich 69 ct (brutto) (falls bisher MühlStrom Online: 83 ct) (vgl. Stadtwerke Mühlhausen 2022). In der Produktionsperiode 2021-2023 haben die Stadtwerke Mühlhausen GmbH pro Jahr 400 MWh Strom aus erneuerbarer Energie aus Wasserkraft bezogen (vgl. Stadtwerke Mühlhausen 2021).

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●●○ Kosten

## 2.2 Ressourcen sparen

Da die natürlichen Ressourcen nur begrenzt zur Verfügung stehen und unser Verbrauch bereits jetzt teilweise die Regenerationsfähigkeit überschreitet, ist besonders im Hinblick auf das stetige Bevölkerungswachstum und den damit verbundenen steigendem Druck ein bewusster Umgang mit Ressourcen unverzichtbar.

Angesichts der zunehmenden Digitalisierung ist es nicht mehr notwendig, jeden Flyer, Tipp oder jede Wanderroute auf Papier auszudrucken. Vieles lässt sich durch **QR-Codes** ersetzen, die auf die digitale Version verlinken. Wir empfehlen, Broschüren (z.B. „Entdeckertipps“, „Aktiv-Broschüre“) zu digitalisieren und die Kund\*innen auf die QR-Codes aufmerksam zu machen, um so die Herausgabe von Flyern zu minimieren.

Wenn Touren auch auf **Wanderportalen** abrufbar sind, empfiehlt es sich, einen einmaligen Ausdruck der QR-Codes in der TI aufzustellen, sodass die Kund\*innen die Touren direkt mit dem Handy in der App öffnen können.

●○○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●○○ Kosten



Abbildung 1: QR-Codes verweisen in der Wesermarsch auf Broschüren (Bild: K. Pagenkopf)

Die **Verwendung der Suchmaschine Ecosia** durch alle Mitarbeiterinnen ist eine Art, die bei der Recherche entstehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen zu kompensieren. Ecosia finanziert sich wie alle Suchmaschinen über die Einnahmen durch Anzeigen, verwendet diese aber anschließend, um Bäume zu pflanzen.

●○○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

**Hinweisschilder in den Bädern** wie „Wasser ausschalten beim Hände Einseifen“ und „Der Umwelt zuliebe reicht 1 Blatt Papier“ sparen sowohl Ressourcen (Papier und Wasser) als auch Energie, die für das Erhitzen des Wassers benötigt wird.

●○○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten



Abbildung 2: Hinweisschild "Wasser sparen"



Abbildung 3: Hinweisschild "Hände abtrocknen"

Die **Verwendung ökologischer Reinigungsmittel** ist nicht nur sinnvoll, weil dadurch weniger schädliche Chemikalien über Haut und Lunge aufgenommen werden, sondern auch gut für die Umwelt. Über den Abfluss gelangen die im Putzmittel enthaltenen Chemikalien ins Abwasser und damit später auch in die Natur. Allein 2017 betrug der „aus Wasch- und Reinigungsmitteln [...] resultierende Chemikalieneintrag in das Abwasser [...] ca. 564.554 Tonnen“ (Umweltbundesamt 2021). Zusätzlich kann durch festes Putzmittel der Verpackungsmüll gespart werden. Ein bekannter Anbieter hierfür ist Everdrop (<https://www.everdrop.de/>).

●●● Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●○○ Kosten

Damit **Mülltrennung** auch am Arbeitsplatz nicht untergeht, empfehlen wir an allen Arbeitsplätzen unterschiedliche Behälter für Rest-, Papier-, Bio-, Glasmüll und Gelben Sack aufzustellen sowie die korrekte Mülltrennung regelmäßig zu überprüfen. Das Anbringen von Hinweisschildern und Aufklebern, was in welche Mülltonne gehört und was nicht, ist sinnvoll. Diese können hier gefunden werden:

[https://www.muelltrennung-wirkt.de/wp-content/uploads/2021/01/FDS\\_01\\_O00200\\_Trenntabellen\\_DE\\_X4.pdf](https://www.muelltrennung-wirkt.de/wp-content/uploads/2021/01/FDS_01_O00200_Trenntabellen_DE_X4.pdf) und speziell für Mühlhausen: <https://www.abfallwirtschaft-uhk.de/tipps-zum-richtigen-sortieren>.

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

Die Umstellung von herkömmlichen BPA/BPS-belasteten Thermopapier-Kassenbons auf den umweltfreundlichen **blauen Kassenbon** ist zum einen gesundheitsförderlich für Mitarbeiterinnen und Kund\*innen. Zum anderen ist der blaue Kassenbon, im Gegensatz zum konventionellen, recyclingfähig und kann im Papiermüll entsorgt werden (ÖKO-TEST 2021). Das Druckgeräte der TI, das Digipos DS 820, ist mit dem blauen Kassenbon kompatibel ([www.bonrollen-service.de/shop/kassenrollen/thermorollen/contents/de/p174\\_art-oeko-thermorollen-80x80.html](http://www.bonrollen-service.de/shop/kassenrollen/thermorollen/contents/de/p174_art-oeko-thermorollen-80x80.html))

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

Der Treibhausgasausstoß des Verkehrssektors betrug 2020 laut Klimabilanz des Umweltbundesamtes 146 Millionen Tonnen (Bundesregierung o.J.). Damit ist der Verkehrssektor „nach der Energiewirtschaft und der Industrie mit rund 20 Prozent CO<sub>2</sub>-Ausstoß der drittgrößte Verursacher von Treibhausgasemissionen“ (Bundesregierung o.J.). **Angebote für nachhaltige Mobilität für die Mitarbeiterinnen** sind ein einfacher Weg, um die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren. Hierfür eignet sich beispielsweise das Job-Ticket des ÖPNV. Die Wirtschaftsbetriebe Mühlhausen GmbH sind bereits bei JobRad angemeldet; zusätzliche Fahrräder, die für alle Mitarbeiterinnen jederzeit zur Verfügung stehen, sind ein sinnvolles weiteres Angebot. Auch ist ein Lastenfahrrad und/oder E-Bike denkbar, mit dem zusätzliche Werbung für die TI Mühlhausen gemacht werden könnte. Aber auch Eigeninitiative ist gefragt: Bei Außenterminen wie dem Besuch von Veranstaltungen ist zu prüfen, ob diese auch mit dem ÖPNV erreichbar sind. Wenn dies nicht der Fall ist, bietet sich die Bildung von Fahrgemeinschaften an.

●○○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

## 2.3 Einkauf

Die Nachfrage bestimmt bekanntlich das Angebot. Je größer die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten ist, desto stärker werden die Unternehmen dazu angeregt, ihr Angebot den Bedürfnissen der Konsument\*innen anzupassen. Nachhaltigkeit umfasst hierbei neben der ökologischen auch die soziale und wirtschaftliche Komponente.

Beim Einkauf gilt es also, grundsätzlich auf Nachhaltigkeit zu achten. Wichtig ist hierbei, jede Kaufentscheidung gemäß der drei Nachhaltigkeitsbereiche (ökologisch, ökonomisch und sozial) zu hinterfragen. Beispielhafte Leitfragen sind: Können Verbrauchsgüter aus regionaler und nachhaltiger Produktion bezogen werden? Wie können Lieferungen ohne Verpackungsmüll erfolgen?)

Ganz praktische Tipps zur Umsetzung von mehr Nachhaltigkeit im Einkauf sind:

- **Auf Einweg-Produkte verzichten!** Stattdessen könnten Mehrwegsysteme mit den Produzent\*innen etabliert werden (z.B. Mühlhäuser Honig).
- **Wiederverwendbare (Glas-)Flaschen mit Mühlhausen-Logo** anbieten und grundsätzlich kostenloses Auffüllen von Wasserflaschen anbieten und bewerben!
- **Mehrweg-Kaffeebecher** anbieten (bspw. in Kooperation mit der Stadt, sodass dieser an mehreren Stellen erworben und vergünstigt in unterschiedlichen Cafés aufgefüllt werden kann)!
- Wenn Broschüren gedruckt werden müssen (s. Ressourcen sparen), dann diese durch Kompensation **klimaneutral drucken** und **Recyclingpapier** verwenden!

●●○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten



## 2.4 Vermarktung

Mittlerweile wirbt nahezu jedes Unternehmen damit, wie grün und nachhaltig es sei. Vieles davon fällt leider unter die Kategorie des „Green Washings“ und ist damit mehr Augenwischerei als nachhaltiges Handeln. Die Kunst des Grünen Marketings liegt also darin, nicht nur konkrete nachhaltige Produkte zu vermarkten, sondern die Nachhaltigkeitsstrategie des gesamten Unternehmens zu kommunizieren.

„**Nachhaltigkeitsmarketing** [...] als Weiterentwicklung des Öko-Marketings verbindet den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens mit einem ökologischen und sozialen Mehrwert für Mitarbeiter[\*innen], Kund[\*inn]en und die gesamte Gesellschaft“ (Umweltdialog 2020).

Folglich ist es für die TI Mühlhausen empfehlenswert, die **nachhaltigen Angebote** einschließlich aller Mobilitätsangebote **auf der Website** gebündelt darzustellen.

●●● Dringlichkeit                      ●●○ Aufwand                      ●○○ Kosten

Darüber hinaus sollten auch die **Angebote des TI-Shops beim Internetauftritt** des regionalen Online-Marktplatzes mit ihrer Nachhaltigkeit beworben werden. Hier sind Hinweise auf Inhaltsstoffe, Regionalität der Produktion, Verpackungsart etc. zu geben.

●●● Dringlichkeit                      ●●○ Aufwand                      ●○○ Kosten

Nicht nur online, sondern auch vor Ort ist die **regionale Herkunft der Produkte hervorzuheben und zu bewerben**. Aufsteller mit Angaben der Kilometer-Entfernung der Produktionsstätte und Fotos aus der Produktion schaffen Transparenz und verhindern den Eindruck von „Green Washing“. Zusätzlich kann das Ergänzen eines Fotos des/der Zuliefer\*in für mehr Nähe und Identifikation mit Mühlhausen sorgen.

●●● Dringlichkeit                      ●●○ Aufwand                      ●○○ Kosten

## 2.5 Angebotsstruktur

Tourismus umfasst die Gesamtheit aller Erlebnisse und Angebote, die bei Aufenthalt an einer dem Wohnort fremden Destination wahrgenommen werden. Entsprechend ist das Erholungsgefühl nicht nur von einer speziellen Attraktion abhängig, sondern von dem Erlebnis, das den ganzen Aufenthalt umfasst.

Gerade deshalb ist es so wichtig, auch im Gastronomiebereich darauf zu achten, dass alle Gäste ein Speiseangebot finden, das ihren Ansprüchen entspricht. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist es Aufgabe der TI Mühlhausen die Restaurants zu überzeugen, ihre Speisekarten um **vegane und vegetarische Angebote** zu erweitern und auf diese hinzuweisen. Zusätzliche Informationen zu den Produzent\*innen, den Klima- und Gesundheitsvorteilen auf der Speisekarte können auch andere Gäste dazu anregen, die vegetarische Option zu wählen und somit einen großen Beitrag zur Minimierung des ökologischen Fußabdrucks zu leisten.

●●● Dringlichkeit                      ●●○ Aufwand                      ●○○ Kosten

Nicht nur die Gastronomie, auch die Beherbergung soll nachhaltig überzeugen. Hierfür empfehlen wir, die **Zimmer regionaltypisch zu gestalten** und dafür regionale, **traditionell arbeitende Handwerksbetriebe** einzubinden.

●●○ Dringlichkeit                      ●●○ Aufwand                      ●●○ Kosten

Eine gute Rad-Infrastruktur sowohl für Einheimische als auch für Gäste ist eine wesentliche Voraussetzung für das Gelingen der Mobilitätswende. Dazu gehören sichere Radwege in ausreichender Dichte, aber auch eine **gute Ausschilderung des Radwegenetzes** sowie Hinweise auf die Möglichkeit, ein **Fahrrad vor Ort auszuleihen** oder aber den **Akku des eigenen E-Bikes in der TI aufzuladen**.

●●● Dringlichkeit                      ●●○ Aufwand                      ●○○ Kosten

Grundsätzlich sollte bei allen touristischen Angeboten, sei es online oder vor Ort, auf die **Fortbewegung mit dem öffentlichen Verkehr** hingewiesen werden. Die **Einbindung der Verbindungssuche von regionalbus.de** zur Anfahrtsberechnung auf der Homepage erleichtert den Zugang für den Gast. Zusätzlich sollten die wichtigsten Linien mit den touristisch interessanten Haltestellen übersichtlich herausgearbeitet werden.

●●● Dringlichkeit                      ●○○ Aufwand                      ●○○ Kosten

**Stadtführungen** sind die ideale Möglichkeit, **regionale Produkte zu vermarkten** und hierbei auf den Verkauf derer in der TI hinzuweisen. Zudem ist es denkbar, den Stadtrundgang mit einem kleinen kulinarischen Angebot zu beginnen oder beispielsweise mit einem Sundowner mit regionalen Produkten bei einem touristischen Partner (z.B. Brauhaus zum Löwen) abzuschließen.

●●○ Dringlichkeit                      ●○○ Aufwand                      ○○○ Kosten

Auch der **Ti-Garten** bietet (im Rahmen des Mietverhältnisses) Chancen, nachhaltig genutzt zu werden. Das Anlegen eines „**Naschgartens**“, um in Pausen dort zu entspannen oder der gemeinsame Bau von **Insektenhotels** mit den Mitarbeiterinnen sind erste Ideen.

●○○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

### 3 Einbindung strategischer und operativer Partner\*innen

---

Zahlreiche der oben genannten Maßnahmen können nur mit Partner\*innen umgesetzt werden. Ein wichtiger Ansprechpartner ist dabei die **Stadt Mühlhausen**, die derzeit ein eigenes Nachhaltigkeitskonzept entwickelt und einen Nachhaltigkeitsmanager für die langfristige Umsetzung implementiert hat. Neben einem regelmäßigen Austausch mit dem Nachhaltigkeitsmanager kann der Tourismus mit eigenen Initiativen an die Stadt Mühlhausen herantreten, die aus dem vorliegenden Konzept abgeleitet werden können:

- Wechsel zu Ökostrom
- Umstellung auf ökologische Reinigungsmittel und konsequente Mülltrennung in der gesamten Verwaltung
- Angebote für nachhaltige Mobilität für Mitarbeiter\*innen, z.B. gemeinsame Anschaffung von Jobfahrrädern, Einrichtung einer Mitfahrbörse etc.
- Verzicht auf Einwegprodukte in der Verwaltung und allen Veranstaltungen. Wenn **Events** mit lokalen Streetfoodständen stattfinden, ist es wichtig darauf zu achten, dass **kein Einweggeschirr** verwendet wird und sowohl **vegane als auch vegetarische Optionen** angeboten werden. Grundsätzlich sollten alle Veranstaltungen der Stadt die Belange der **Nachhaltigkeit berücksichtigen**. Hinweise hierzu finden sich in einschlägigen Checklisten (z.B. Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer (2021))
- Betriebsausflüge zu regionalen Produzenten

In Zusammenarbeit mit der **Welterberregion Wartburg Hainich** als Destinationsmanagementorganisation sind weitere Maßnahmen auf Destinationsebene zu erarbeiten. Hierbei ist eine klare Aufgabenteilung wünschenswert. Mit dem Naturpark und dem Nationalpark verfügt die Welterberregion über starke Partner, die im Bereich Nachhaltigkeit wesentliche Impulse geben und auch beim Außenmarketing flankierende Maßnahmen ergreifen können. Die Koordination der Maßnahmen obliegt der Welterberregion, allerdings kann der Tourismus in Mühlhausen einen entsprechenden Prozess initiieren.

Perspektivisch ist auch die **Thüringer Tourismus GmbH (TTG)** einzubinden. Auch hier laufen derzeit Bestrebungen, das Thema Nachhaltigkeit im Innen- und Außenmarketing zu bedienen. Regelmäßige Konsultationen auf Landesebene – auch mit weiteren Städten und Destinationen – sollten seitens der TTG zur Koordinierung genutzt werden.

Viele Themen, die die Nachhaltigkeit betreffen, werden auch von anderen Institutionen bearbeitet. So bieten beispielweise **Dehoga und IHK** Informationsveranstaltungen und Schulungen zu diversen Themen an, die von den Akteuren in Mühlhausen zur Weiterbildung und zur Vernetzung genutzt werden können. Es empfiehlt sich, entsprechende Angebote etwa halbjährlich zusammenzustellen und den touristischen Partner\*innen zu kommunizieren.

Wichtige Partner\*innen für den Tourismus sind aber auch die **Leistungsträger\*innen**, zu denen ohnehin ein enger Kontakt besteht. Wenn die nachhaltige Ausrichtung des Tourismus in Mühlhausen für die Gäste sichtbar und erlebbar gemacht werden soll, müssen in den wesentlichen Elementen der Servicekette nachhaltige Angebote verfügbar sein. Ohne die Einbeziehung der Anbieter\*innen kann das nicht gelingen.

Bestenfalls wird Nachhaltigkeit in die alljährliche Aktualisierung der Tourismusstrategie eingebettet. So kann es gelingen, alle wichtigen „Mühlhausen-Themen“ zu berücksichtigen. Zudem kann die Prozesshaftigkeit der Fortschreibung der Tourismusstrategie genutzt werden, um Schritt für Schritt in allen Angebotssegmenten nachhaltiger zu werden und dies auch den Gästen zu kommunizieren. Wir empfehlen dabei folgendes Vorgehen:

1. **Starter-Workshop** als Auskoppelung der regelmäßigen Treffen der Tourismusstrategie. Dazu sollte zunächst mit interessierten Partner\*innen begonnen werden, die sich aus den Reihen der touristischen Partner\*innen rekrutieren. Aufgaben und Themen des Starter-Workshops sind:
  - Einführung in die Säulen der Nachhaltigkeit
  - Ableitung von Handlungsfeldern, die von unterschiedlichen Teilnehmenden weiter zu bearbeiten sind (z.B. Gastronomie, Beherbergung, Freizeitangebote, Verkauf regionaler Produkte)
  - Daraus folgend Bildung von Kleingruppen, die die jeweiligen Handlungsfelder vertiefend bearbeiten
  - Als Ergebnis entstehen „Hausaufgaben“ für jede Gruppe, die bis zum nächsten Treffen zu bearbeiten sind.
2. Etwa halbjährige **„Nachhaltigkeits-Werkstätten“**, auf denen die Ergebnisse der Hausaufgaben vorgestellt werden und weitere Themen entwickelt werden.
3. Die Ergebnisse sollten alljährlich in einen kurzen **Nachhaltigkeitsbericht** einfließen, der von der TI federführend bearbeitet wird und neben den Ergebnissen der Kleingruppen der Leistungsträger\*innen auch eigene Aktivitäten der TI darstellt. Der Bericht sollte auf der Webseite öffentlichkeitswirksam eingebunden werden. Der Bericht sollte unter anderem folgende Punkte beinhalten:
  - Kennzahlen zum Fortschritt bei der Reduktion des Wasser- und Stromverbrauchs sowie des Abfallaufkommens
  - Erfolge in der Förderung der nachhaltigen Mobilität von Gästen und Mitarbeiter\*innen z. B. über die Gesamtzahl der Jobtickets
  - Umstellungen im Bereich der nachhaltigen Beschaffung z. B. der Umstieg von konventionellen auf blaue Kassenbons
  - Informationen zum aktuellen Stand der Partnereinbindung.

4. Zudem ist zu prüfen, ob gemeinsam mit der Stadt Mühlhausen ein jährlicher „**Nachhaltigkeits-Tag**“ durchgeführt werden kann, bei dem die Einwohner\*innen (und Gäste) Mühlhausens eingebunden werden.
5. **Öffentlichkeitsarbeit** und somit die Sichtbarmachung der Aktivitäten in punkto Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Element zur Sicherstellung der Akzeptanz der Maßnahmen und nicht zuletzt zur Gästeansprache. Daher sollten auch weitere Maßnahmen des Außenmarketings genutzt werden, um Mühlhausen als nachhaltige Destination zu positionieren. So sollte auch der Instagram-Account des Tourismus in Mühlhausen regelmäßig genutzt werden, um eigene Aktivitäten und die der Leistungsträger\*innen mit attraktiven Bildern vorzustellen.
6. Nach innen empfiehlt sich ein übersichtliches „**Wissensmanagement**“, das den touristischen Partner\*innen Informationen zur Verfügung stellt. Hierzu bietet sich eine interne Unterseite auf der Webseite an (ein geschlossener Login-Bereich ist nicht notwendig), die
  - wichtige Tipps bündelt,
  - Checklisten zur Verfügung stellt,
  - über Veranstaltungen informiert und
  - die fortgeschriebenen Nachhaltigkeitsberichte publiziert.
7. Zusätzlich können auch eigene Schulungsveranstaltungen durchgeführt werden. Hierzu bieten sich regelmäßige Fortbildungen im Rahmen des KomfortDenker-Projektes an, das auf viele Aspekte der Nachhaltigkeit fokussiert.
8. Weitere Tipps zur strategischen, nachhaltigen Entwicklung Mühlhausens beinhalten etwa eine Tour zum/zur Produzent\*in im Rahmen eines Betriebsausflugs, um den Mitarbeiter\*innen (und Gästen) zu zeigen, wo die verarbeiteten Produkte herkommen.

## 4 Quellen

---

- Bundesregierung (o.J.): *Klimaschonender Verkehr*. Online unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/klimaschonender-verkehr-1794672> (abgerufen am 14.03.2022).
- IPCC (2021): *Sechster IPCC-Sachstandsbericht (AR 6). Beitrag von Arbeitsgruppe I: Naturwissenschaftliche Grundlagen*. Online unter: [https://www.de-ipcc.de/media/content/Hauptaussagen\\_AR6-WGI.pdf](https://www.de-ipcc.de/media/content/Hauptaussagen_AR6-WGI.pdf) (abgerufen am 11.03.2022).
- Leds.de (o.J.): *Was sind die Vorteile von LEDs?* Online unter: <https://www.leds.de/faq/tech/vorteile/> (abgerufen am 14.03.2022).
- Nationalparkverwaltung Niedersächsisches Wattenmeer (2021): *Checkliste Nachhaltig Veranstalten in der Wattenmeer-Region*. Online unter: <https://www.nationalpark-wattenmeer.de/mediathek/checkliste-nachhaltig-veranstalten-in-der-wattenmeer-region/> (abgerufen am 14.03.2022).
- ÖKO-TEST (2021): *Blaue Kassenzettel: Warum die blauen Bons besser für die Umwelt sind*. Online unter: [https://www.oekotest.de/freizeit-technik/Blaue-Kassenzettel-Warum-die-blauen-Bons-besser-fuer-die-Umwelt-sind\\_11912\\_1.html](https://www.oekotest.de/freizeit-technik/Blaue-Kassenzettel-Warum-die-blauen-Bons-besser-fuer-die-Umwelt-sind_11912_1.html) (abgerufen am 25.04.2022).
- Stadtwerke Mühlhausen (2021): *Grünstrom Zertifikat*. Online unter: <https://www.stadtwerke-muehlhausen.de/Strom/MuehlStrom-Strom-fuer-Muehlhausen/MuehlStrom-Strom-fuer-Muehlhausen/Oekostrom-Zertifikat-Stadtwerke-Muehlhausen.pdf> (abgerufen am 14.03.2022).
- Stadtwerke Mühlhausen (2022): *Preisblatt Mühlstrom*. Online unter: <https://www.stadtwerke-muehlhausen.de/Strom/MuehlStrom-Strom-fuer-Muehlhausen/MuehlStrom-Strom-fuer-Muehlhausen/Preisblatt-Mu776hlstrom-Netzgebiet-MHL-01-2022-WEB.pdf> (abgerufen am 14.03.2022).
- Umweltbundesamt (2021): *Wasch- und Reinigungsmittel*. Online unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/chemikalien/wasch-reinigungsmittel> (abgerufen am 14.03.2022).
- Umweltdialog (2020): *Nachhaltiges Marketing*. Online unter: <https://www.umweltdialog.de/de/management/CSR-Strategie/2020/Nachhaltiges-Marketing.php> (abgerufen am 14.03.2022).