

Konzept

Nachhaltigkeit in der Thüringentherme Handlungsempfehlungen



MÜHLHAUSEN
Mittelalterliche Reichsstadt

Kontakt

Dr. Kai Pagenkopf
Albertstraße 15
48145 Münster
Tel. 0251 – 35108
E-Mail info@pagenkopf-consulting.de
Web <http://www.pagenkopf-consulting.de>

Stand: 20.05.2023

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Einführung | 2 |
| 2 | Maßnahmen | 2 |
| 2.1 | MÜLL VERMEIDEN UND TRENNEN | 2 |
| 2.2 | ENERGIE SPAREN | 5 |
| 2.3 | WEITERE RESSOURCEN EINSPAREN..... | 7 |
| 2.4 | MOBILITÄT..... | 10 |
| 2.5 | GASTRONOMIE | 11 |
| 2.6 | EINKAUF..... | 12 |
| 2.7 | KOMMUNIKATION/VERMARKTUNG..... | 13 |
| 3 | Verstetigung des Prozesses | 16 |
| 4 | Einbindung strategischer und operativer Partner*innen..... | 17 |
| 5 | Quellen..... | 18 |

1 Einführung

Die Wirtschaftsbetriebe Mühlhausen haben bereits wichtige Schritte zur Verbesserung der Nachhaltigkeit in den unterschiedlichen Abteilungen eingeleitet. Die vorliegenden Handlungsempfehlungen sollen dabei helfen, den Prozess zu verstetigen und die Bemühungen und Ergebnisse nach innen und außen zu kommunizieren.

In einem ersten Projektschritt hat sich die Tourist-Information Mühlhausen konzeptionell mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandergesetzt. Nun folgen die Thüringentherme, das Freibad am Schwanenteich sowie der Campingplatz. Auch diese Betriebe haben bereits erste Schritte in Richtung Nachhaltigkeit gemacht und wollen diesen Weg zukünftig weitergehen. Die hier präsentierten Handlungsempfehlungen sollen sie auf diesem Weg begleiten.

Mit den Bemühungen um Nachhaltigkeit wollen die Wirtschaftsbetriebe nicht nur einen Wettbewerbsvorteil für sich schaffen, sondern auch einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag zur Klimaneutralität leisten. Die Empfehlungen enthalten Aussagen über die Dringlichkeit sowie den Aufwand und die Kosten zur Umsetzung der Maßnahme.

2 Maßnahmen

2.1 Müll vermeiden und trennen

Selbst wenn auf Recycling-Papier gesetzt wird, bringt die Verwendung von Papierhandtüchern viel Abfall mit sich. Alternativ sollte auf einen **Gebälsetrockner** oder alternative Spender mit mehrfach nutzbaren Textilrollen umgestellt werden. Das reduzierte Abfallaufkommen verringert zudem den Arbeitsaufwand der Reinigungskräfte.

Die Diskussionen mit dem Fachpersonal haben ergeben, dass je nach Einsatzbereich nicht immer auf Papierhandtücher verzichtet werden kann. Hier sollten in einem internen Abstimmungsprozess die Standorte geklärt werden, bei denen auf Papierhandtücher verzichtet werden kann. Wo dies nicht möglich ist, sollte auf recyceltes Papier zurückgegriffen werden.

●●○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Um das Abfallaufkommen auf ein Minimum zu reduzieren, sollte auf **unnötige Verpackungen verzichtet** werden. Hierzu sollte auf Verkaufsprodukte zurückgegriffen werden, die vom Hersteller weniger oder zumindest **nachhaltiger** verpackt werden, beispielsweise in einer wiederverwendbaren Umverpackung. Durch die Rückgabe des Verpackungsmaterials an den Lieferanten, wird auch dieser zum Umdenken angeregt.

●○○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

Einweg-Geschirr erhöht ebenfalls das Abfallaufkommen. Durch die Anschaffung von **Mehrwegbechern und Mehrwegsystemen** für den Take-away-Bereich (oder zumindest Becher aus Mehrwegplastik, die gespült werden können) besteht hier ein großes Einsparpotential. Anbieter sind z. B. RECUP, REBOWL, Vytal, reCIRCLE.

Es ist zu prüfen, ob hier perspektivisch der „Mühlhausen-Becher“ zum Einsatz kommen kann, der den Bezug zur Region herstellt.

●●○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Der Abfall, der sich nicht vermeiden lässt, muss für ein mögliches Recycling sortenrein getrennt werden. Hierzu braucht es die Mithilfe aller Beteiligten. Vor allem Fehlwürfe beim Restmüll verhindern das Recycling wertvoller Stoffe. So besteht der Restmüll deutscher Haushalte zu fast 40% aus Biomüll, der zu 100% recycelt werden könnte, und auch Wertstoffe wie Altpapier, Altglas oder Altmetall machen zusammen über 27% des Restmülls aus (Umweltbundesamt 2020).

Durch das Aufstellen von entsprechenden Behältern zur Mülltrennung an zuvor identifizierten Standorten kann die Trefferquote deutlich gesteigert werden.

Wenn es nicht nur an der Auswahl der **Trennmöglichkeiten**, sondern auch am mangelnden Wissen über die korrekte Trennung scheitert, helfen Hinweisschilder weiter. Diese können hier abgerufen werden: 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>.

Ggf. sind eigene Schilder mit Hinweisen zur Mülltrennung zu erstellen, da „thermentypischer“ Abfall wie z. B. Papiertücher mit Creme, Kosmetika, Duschgel-Flaschen etc. in den Handreichungen nicht deutlich genug herausgearbeitet werden.

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

Die **Entsorgung von Sperrmüll** am Campingplatz führt zu Problemen. Eine Lösung, wie dieser zukünftig zufriedenstellend für alle Beteiligten entsorgt werden kann, sollte dringend gesucht werden. Die Motivation zum korrekten Verhalten schwindet, wenn Dritte den zuvor getrennten Müll wieder zusammengefügt entsorgen. Hier sollte das Gespräch mit dem Dienstleister der Müllentsorgung gesucht werden.

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

Um die Trennung für die Besuchenden sowie die Mitarbeitenden des Campingplatzes zu erleichtern, sollte das **Müllhäuschen am Campingplatz** fertiggestellt werden.

●●○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Die Therme verzichtet bereits komplett auf die Ausgabe von Kassenbons. Dies ist nicht immer möglich. Eine nachhaltige und gesundheitsfördernde Alternative zu den herkömmlichen BPA/BPS-belasteten Thermopapier-Kassenbons stellen die umweltfreundlichen **blauen Kassenbons** dar. Zum anderen ist der blaue Kassenbon, im Gegensatz zum konventionellen, recyclingfähig und kann im Papiermüll entsorgt werden (ÖKO-TEST 2021). In der Geräteübersicht kann kontrolliert werden, ob das vorhandene Druckgeräte mit dem blauen Kassenbon kompatibel ist (www.bonrollen-service.de/shop/kassenrollen/thermorollen/contents/de/p174_art-oeko-thermorollen-80x80.html).

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

2.2 Energie sparen

Strom zu sparen ist eine der einfachsten Möglichkeiten, klimabewusster zu leben und zu arbeiten. Wird der verbrauchte Strom selbst über eigene Solarpaneele produziert, so ist dies ein großer Schritt in Richtung Klimaneutralität im Betrieb.

Ein einfacher Weg, um Energie zu sparen, ist das **Licht-Ausschalten**, nachdem der Raum verlassen wird. Hierfür muss Aufmerksamkeit geschaffen werden. Beispielsweise mit einem entsprechenden Aufkleber auf den Türen.

●●○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten



Abbildung 1. Hinweisschild "Licht ausschalten" (Quelle: www.kroschke.com/kombischild-licht-ausschalten-umwelt-schuetzen-text-symbol-kunststoff-300x200mm-m-43237.html)

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

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●●○ Kosten

Durch **Lampen mit Bewegungssensor** auf den Toiletten im Foyer sowie im Flur der Therme wird nur so viel Licht verwendet wie auch tatsächlich benötigt wird. Gleiches gilt für die Toiletten auf dem Campingplatz.

Ggf. sind weitere Standorte für automatische Bewegungssensoren zu identifizieren.

●●○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●●○ Kosten

Der Campingplatz verfügt über eine Außenbeleuchtung. Hier sollte geprüft werden, ob die **Schaltdauer** verkürzt werden kann.

●●○ Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

Durch die Anschaffung einer **Waschmaschine** mit günstigem Strom- und Wasserverbrauch (auf Energie-Label achten, s.u.), kann der Transport zu einer Wäscherei eingespart werden.

Kosten und Nutzen sind vorab zu analysieren. Dabei ist auch der Aufwand für das Personal zu berücksichtigen, das die Waschmaschine bedienen und die Wäsche trocknen muss (Platzbedarf bedenken).

●●○ 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 darauf zu achten, welche Effizienzkategorie für das jeweilige Produkt die Beste ist. Hierfür eignet sich beispielsweise die Internetplattform „EcoTopTen“ des Öko-Instituts e.V. (<https://www.ecotopten.de/>).

Die Anschaffung entsprechender Geräte erfolgt über die Wirtschaftsbetriebe Mühlhausen, 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

Sonnenstrom gehört zu den nachhaltigsten Energiequellen, die uns zur Verfügung stehen. Daher gilt es zu überprüfen, ob auf den Dächern der Thüringentherme **Solarpaneele** aufgestellt werden können.

●○○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Großen Effekt hat eine **energetische Sanierung**. Die Thüringentherme hat dies längst erkannt und führt regelmäßig Maßnahmen zur energetischen Sanierung durch. Dieses Engagement bei der energetischen Sanierung sollte beibehalten werden.

●●● Dringlichkeit

●●● Aufwand

●●● Kosten

2.3 Weitere Ressourcen einsparen

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.

Die **Verwendung ökologischer Reinigungsmittel** ist nicht nur aus gesundheitlichen Gründen 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/>).

Etwaige Alternativen zu den derzeit benutzten Reinigungsmitteln sind mit dem Zulieferer zu eruiieren und durch das Fachpersonal zu prüfen.

●●● Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●○○ Kosten



Abbildung 2: Mögliche alternative Reinigungsmittel nach Empfehlung des Zulieferers (Quelle: Becker Chemie GmbH)

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 3: Hinweisschild "Wasser sparen" Abbildung 4: Hinweisschild "Hände abtrocknen"

Die Verwendung von Tischdecken führt zu einem erhöhten Wäscheaufkommen. **Abwaschbare Tischdecken** reduzieren dies und sorgen dennoch für eine gemütliche Atmosphäre am Tisch.

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

Die Verwendung von **kleineren und leichteren Handtüchern** führt zu einem geringeren Wäscheaufkommen. Hierdurch können Energie und Wasser eingespart werden.

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

Sind Ausdrücke unvermeidbar oder sollen Flyer erstellt werden, so sollte auf **Ökopapier** zurückgegriffen werden.

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

Zumeist kann auf Ausdrücke verzichtet werden, da Informationen digital geteilt werden. Der **digitale Versand** ist dem Postversand vorzuziehen. Dies wird noch nicht durchgehend praktiziert beispielsweise werden trotz Onlineanmeldung mit E-Mailadresse z. B. Gutscheine per Brief verschickt. Hier sollte eingehend geprüft werden, was wirklich mit der Post verschickt werden muss.

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

Auch die **Digitalisierung** der Camping-Verträge kann zur Einsparung von Ausdrucken führen und sollte daher zeitnah umgesetzt werden.

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

Durch die **Zusammenfassung** der Anmeldungen für Kurse und der notwendigen Fotogenehmigung in einem Dokument, kann je Anmeldung Papier eingespart werden.

- Dringlichkeit ●○○ Aufwand ●○○ Kosten

Die Therme hat bereits die automatische Ausgabe von Flyern zu jedem Gutschein eingestellt. Mit der zunehmenden Digitalisierung ist es weiterhin nicht mehr notwendig, jeden Flyer auf Papier auszudrucken. Vieles lässt sich durch **QR-Codes** ersetzen, die auf die digitale Version verlinken. Wir empfehlen, Broschüren zu digitalisieren und die Kund*innen auf die QR-Codes aufmerksam zu machen, um so die Herausgabe von Flyern zu minimieren. Auf Nachfrage können gedruckte Flyer auch weiterhin ausgegeben werden, schließlich kann und will nicht jeder Besuchende auf einen Ausdruck verzichten.

- Dringlichkeit ●●○ Aufwand ●○○ Kosten



Abbildung 5: QR-Codes verweisen in der Wesermarsch auf Broschüren (Quelle: K. Pagenkopf)

Das Auslegen von **Flyern externer Anbieter** sollte auf das unbedingt notwendige Maß reduziert werden. Dies schont nicht nur Ressourcen, sondern spart auch Arbeitszeit.

- Dringlichkeit ●○○ Aufwand ●○○ Kosten

Das **digitale Rechnungswesen** reduziert ebenfalls das Aufkommen an Ausdrucken und sollte daher eingerichtet werden.

- Dringlichkeit ●●○ Aufwand ●○○ Kosten

Die **Verwendung der Suchmaschine Ecosia** durch alle Mitarbeiter*innen ist eine Art, die bei der Recherche entstehenden CO₂-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

2.4 Mobilität

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 CO₂-Ausstoß der drittgrößte Verursacher von Treibhausgasemissionen“ (Bundesregierung o.J.). **Angebote für nachhaltige Mobilität für die Mitarbeiter*innen** sowie Gäste sind ein einfacher Weg, um die CO₂-Emissionen zu reduzieren.

Eine Umstellung der geschäftlichen Fahrzeugflotte auf **E-Autos** mindert nicht nur den CO₂-Ausstoß der Wirtschaftsbetriebe, sondern trägt das Engagement für mehr Nachhaltigkeit auch nach außen durch Werbung auf den Autos.

●○○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Durch das Angebot von **Ladestationen** für Gäste der Therme, werden diese in ihrer Entscheidung für die Nutzung eines E-Autos unterstützt. Bedacht werden muss dabei die Herkunft des Stromes. Nur durch einen Betrieb mit Ökostrom, lohnt sich das Tanken von Strom statt anderer Kraftstoffe für die Umwelt.

Die unterschiedlichen Abrechnungsmodelle sind zu prüfen und in die Kosten-Nutzen-Analyse einzubeziehen. Es kann davon ausgegangen werden, dass mit zunehmender E-Mobilität eine Vereinfachung der Abrechnungsmodalitäten einhergehen wird.

●○○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

Auf allen Kommunikationswegen (sei es online, im Print oder vor Ort) sollte auf die **Anreise mit dem öffentlichen Verkehr** hingewiesen werden. Die **Einbindung der Verbindungssuche von regionalbus.de** zur Anfahrtsberechnung auf der Homepage erleichtert den Zugang für die Besuchenden.

●●● Dringlichkeit

●○○ Aufwand

●○○ Kosten

2.5 Gastronomie

Der regionale Bezug zu Mühlhausen und der Welterberegion Wartburg-Hainich spiegelt sich schon jetzt vorbildlich in der Speisekarte des Restaurants wider. Regionale Gerichte und Lebensmittel aus regionaler Produktion leisten nicht nur einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit, sondern treffen auch die Erwartungen der Gäste. Zudem leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung in der Region. Hierzu ist es wichtig, das Netzwerk **regionaler Lieferanten** weiter auszubauen.

- Dringlichkeit
- Aufwand
- Kosten

Regionale Lieferketten sind aufzubauen und dem Gast gegenüber zu kommunizieren. Über Informationen auf der Speisekarte können die Produzenten aus der Region vorgestellt werden. Die Kund*innen sind gerne darüber informiert, wie weit ihr Essen gereist ist und freuen sich über eine **Vorstellung der Herkunftsbetriebe**, gerne auch mit Foto der regionalen Akteure und einer kleinen Geschichte zum Betrieb oder zur Motivation der Erzeuger*innen („Storytelling“). Kilometerangaben zur Entfernung der einzelnen Betriebe macht die Regionalität greifbarer.

- Dringlichkeit
- Aufwand
- Kosten

Lebensmittelverschwendung ist ein großes Problem in Deutschland. Rund 11 Mio. Tonnen an Lebensmitteln landen hierzulande jährlich im Müll (Statistisches Bundesamt 2022). Das Prinzip **„Nose to tail“** wirkt zum einen der Verschwendung von Lebensmitteln entgegen, da alle Teile des geschlachteten Tieres gegessen werden. Zum anderen ist es eine Form der Wertschätzung gegenüber dem für die Mahlzeit geschlachteten Tier.

- Dringlichkeit
- Aufwand
- Kosten

Wo möglich sollte auf **zertifizierte Lebensmittel** zurückgegriffen werden. Fairtrade-Produkte sind eine gute Alternative, wenn ein Produkt nicht regional bezogen werden kann. Über das Siegel wird die faire Entlohnung der Produzent*innen garantiert. Bio-Zertifizierungen weisen auf den ökologischen Anbau von Lebensmitteln hin. Dieser schützt gegenüber der konventionellen Lebensmittelproduktion die Umwelt und ist deshalb vorzuziehen (Umweltbundesamt 2022).

- Dringlichkeit
- Aufwand
- Kosten

Die Thüringentherme hat ihr Speisenangebot bereits um **vegetarische Angebote** erweitert. Eine Ergänzung um vegane Gerichte ist wünschenswert. Zum einen werden damit die verschiedenen Ernährungsgewohnheiten der Gäste berücksichtigt, zum anderen bieten diese Gerichte Klima- und Gesundheitsvorteile. Zu letzterem sollten zusätzliche Informationen auf der Speisekarte aufgeführt werden. Dies kann auch andere Gäste dazu anregen, die fleischfreie Option zu wählen und somit einen großen Beitrag zur Minimierung des ökologischen Fußabdrucks zu leisten.

- Dringlichkeit
- Aufwand
- Kosten

2.6 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 können Mehrwegsysteme mit den Produzent*innen etabliert werden (z.B. Mühlhäuser Honig oder Pflaumenmus im Pfandglas).
- **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

2.7 Kommunikation/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 Wirtschaftsbetriebe Mühlhausen empfehlenswert, die **Aktivitäten zur Nachhaltigkeit** einschließlich aller Mobilitätsangebote **auf der Website** gebündelt darzustellen. Neben der Erwähnung auf der eigenen Homepage, gilt es diese Informationen auch über weitere genutzte Social-Media-Kanäle zu verbreiten.

●●● Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●○○ Kosten

Die wenigsten Besucher*innen werden sich jedoch für „trockene Fakten“ interessieren. Um die Gäste dennoch auf die Bemühungen zur Nachhaltigkeit aufmerksam zu machen, eignet sich das Instrument des „**Storytellings**“. In kurzen Videos werden z. B. „Nachhaltigkeitsheld*innen“ aus unterschiedlichen Abteilungen vorgestellt. Die „Held*innen“ berichten von ihrer Arbeit und ihrem Bezug zur Nachhaltigkeit. Was treibt die Kolleginnen und Kollegen an, wie engagieren sie sich?

Die Videos sollten nicht nur auf der Webseite in der Rubrik „Nachhaltigkeit“ ausgespielt werden, sondern auch auf sozialen Medien wie Instagram und Facebook gepostet werden. Bestenfalls geschieht das in Zusammenarbeit mit dem Tourismus, der auch ein kleines Redaktionskonzept für die zeitliche Planung erstellen sollte.

●●● 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“. Neben der Präsentation der Lebensmittelproduzent*innen in der Speisekarte, können auch andere regionale Lieferant*innen mit Fotos vorgestellt werden und so für mehr Nähe und Identifikation mit Mühlhausen sorgen.

●●● Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●○○ Kosten



Abbildung 6: Regionale Speisekarte und Hinweis auf die Welterregion im Restaurant der Thüringentherme (Quelle: Thüringentherme)

Nicht nur auf der Speisekarte sollte Regionalität sichtbar gemacht werden. Im ganzen Haus sollte den Besucher*innen klar sein: „**Ich bin in Mühlhausen**“. Die Thüringentherme macht dies bereits vorbildlich im Restaurant und hat mit Ausstellungen im Badbereich innovative Formate gefunden, um Mühlhausen, sein Flair und seine Geschichte zu kommunizieren.

Dieser Weg sollte auf jeden Fall weiter begangen werden.

●●○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten



Abbildung 7: Vorbildliche Gestaltung der Gastronomie in Thüringentherme mit wechselnden, großformatigen Bildern, die Mühlhausen-Themen sichtbar machen (Quelle: K. Pagenkopf)

Eine wichtige Säule der Nachhaltigkeit bildet neben der Ökologie und der Ökonomie das Soziale. Dazu gehört auch die Frage, wie die Thüringentherme zum **Gemeinwohl** beiträgt. Gemeinsam mit dem Arbeitskreis Thüringer Bäder beteiligt sich die Thüringentherme an der Analyse und Kommunikation des „Public Value“ und strebt die Zertifizierung des Forums Gemeinwohl an. Dazu werden Ergebnis-Perspektiven und Prozess-Perspektiven entwickelt. Auch hier gilt es, den Prozess nach außen zu kommunizieren und vor allem zu verstetigen.

●●○ Dringlichkeit

●●○ Aufwand

●●○ Kosten

3 Verstetigung des Prozesses

Um den Prozess der Nachhaltigkeitsentwicklung langfristig sicherzustellen, müssen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingebunden und ernstgenommen werden.

Ganz wichtig: **Nachhaltigkeit muss von allen gelebt werden!**

Daher sollten Formate gefunden werden, die die Ideen der Mitarbeitenden einholen:

- Zweimal im Jahr finden Nachhaltigkeits-Treffen mit der Belegschaft statt, bei denen sich die Mitarbeitenden gegenseitig über aktuelle Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit informieren und neue Ideen entwickeln bzw. konkrete Vorschläge vorgestellt werden. So ist es möglich, auch innerbetrieblich von guten Beispielen zu lernen.
- Zur Vorbereitung der beiden Nachhaltigkeits-Treffen werden die etwa monatlich stattfindenden Teamleiter-Treffen genutzt, auf denen die Teamleiter*innen regelmäßig über etwaige Innovationen berichten.
- Darüber hinaus finden bei Bedarf entsprechende Gespräche mit den Abteilungen bzw. mit individuellen Mitarbeitenden statt.

Zur Institutionalisierung wird eine Nachhaltigkeitsbeauftragte in Person von Frau Wagner ernannt, bei der die Fäden zusammenlaufen. Ihre Aufgaben sind:

- Begleitung der Umsetzung des vorliegenden Konzeptes. Dazu gehört die Motivation der Mitarbeitenden und die regelmäßige Abfrage der Umsetzungsfortschritte.
- Die Umsetzung wird in einer Excel-Tabelle dokumentiert, die diesem Konzept als Arbeitsmaterial mit namentlichen Zuständigkeiten und Meilensteinen beiliegt und entsprechend den Ergebnissen der Nachhaltigkeits-Treffen fortgeschrieben wird.
- Vorbereitung und Durchführung der zweimal im Jahr stattfindenden Nachhaltigkeitstreffen
- Alljährliche Erstellung eines kurzen Nachhaltigkeitsberichtes: „Was war wichtig, worauf sind wir stolz?“. Der Kurzbericht wird möglichst attraktiv (also z. B. bebildert und/oder in Interviewform) auf der Webseite ausgespielt, kann aber auch in Plakatform in der Therme aufgehängt werden, da deren Stammkunden in der Regel nicht die Webseite besuchen.

4 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 Klimaschutzbeauftragten für die langfristige Umsetzung implementiert hat. Ein regelmäßiger Austausch zwischen den Beauftragten der Stadt und der Thüringentherme ist dringend angeraten.

Nachhaltigkeit steht bei vielen Thermen in Thüringen und Deutschland auf der Agenda. Ein intensiver Erfahrungsaustausch und das Lernen voneinander vermeidet Fehler und setzt neue Impulse. Gemeinsam können offene Fragen (z. B. Nachhaltigkeit von Papier-, Stoffhandtüchern und Gebläsetrockner) geklärt und Strategien entwickelt werden. Die gute Zusammenarbeit mit dem [Arbeitskreis Thüringer Bäder](#) und der [Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e.V.](#) (DGfDB e.V.) ist die Basis für den regelmäßigen Austausch, sowohl auf dem kurzen Weg zwischen einzelnen Thermen als auch z. B. auf offiziellen Treffen und Workshops. Eine weitere Facette der Zusammenarbeit ist die Zertifizierung der Thüringer Bäder durch das Forum Gemeinwohl.

[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. In Kooperation mit der [Tourist-Information in Mühlhausen](#) und der [Welterberegion Wartburg Hainich](#) als Destinationsmanagementorganisation sind kommunikative Maßnahmen zu erarbeiten. 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.

5 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 (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-Institut (o. J.): Energieeffiziente Beleuchtung: LED-Lampen – sparsam und flexibel. Online unter: <https://www.oeko.de/forschung-beratung/themen/konsum-und-unternehmen/energieeffiziente-beleuchtung-led-lampen-sparsam-und-flexibel>. (abgerufen am 14.05.2022).
- 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 (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-Mu77öhlstrom-Netzgebiet-MHL-01-2022-WEB.pdf> (abgerufen am 14.03.2022).
- Statistisches Bundesamt (2022): Lebensmittelverschwendung 2019. Online unter: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Internationales/Thema/landwirtschaft-fischerei/Foodwaste.html>
- Umweltbundesamt (2020): Vergleichende Analyse von Siedlungsrestabfällen aus repräsentativen Regionen in Deutschland zur Bestimmung des Anteils an Problemstoffen und verwertbaren Materialien. Online unter: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/fachtsheet_siedlungsrestabfall.pdf
- Umweltbundesamt (2021): Wasch- und Reinigungsmittel. Online unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/chemikalien/wasch-reinigungsmittel> (abgerufen am 14.03.2022).

Umweltbundesamt (2022): Lebensmittel mit Bio-Siegel sind gut für Umwelt- und Tierschutz. Online unter: <https://www.umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag/essen-trinken/biolebensmittel#unsere-tipps> (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).