



**Nachhaltigkeitsmanagementplan Usedom
Tourismus GmbH**

**Hauptstr. 42
17459 Koserow**

Freigabe durch: Michael Steuer, Geschäftsführer

Stand: 15.06.2026

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorwort	2
1.1	Vision	2
1.2	Mission	2
2.	Anwendung in den Bereichen der Usedom Tourismus GmbH	3
2.1	Nachhaltigkeitsmanagement	3
2.2	Marketing und Presse	3
2.3	Buchungszentrale	4
2.4	Destinationsmanagement	4
3.	Green Globe Zertifizierung	4
3.1	Green Globe Programm	4
3.2	Aufbau und Organisation des Nachhaltigkeitsteams	5
3.3	Rechtliche Verpflichtungen und andere Anforderungen	5
4.	Umweltrichtlinie und -management	6
4.1	Energieverbrauch	6
4.2	CO2-Emissionen	7
4.3	Wasserverbrauch	7
4.4	Abfallmanagement, Einkauf und Beschaffung	8
4.5	Ressource Betriebsmittel	9
5.	Management der sozialen Auswirkungen	10
5.1	Mitarbeiterzufriedenheit	10
5.2	Schulung und Bewusstsein	10
5.3	Regionales Engagement	11
6.	Kommunikation	12
7.	Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr	13
8.	Evaluierung des Nachhaltigkeitsmanagements	13

1. Vorwort

Die Bedeutung von nachhaltigen Maßnahmen im Unternehmen ist in der heutigen Zeit von zentraler Relevanz. Sie trägt nicht nur zur Erhaltung der Umwelt bei, sondern stärkt auch das Vertrauen der Kunden und Partner in die Unternehmenswerte. Mit dem Nachhaltigkeitsportal der Usedom Tourismus GmbH (<https://usedom.de/usedom-erleben/nachhaltigkeit>) wurde im Jahr 2019 der erste thematische Inhalt zum Thema Nachhaltigkeit geschaffen. Ziel des Portals war es, nachhaltigen Betrieben und Initiativen auf der Insel Usedom eine gemeinsame Plattform zu bieten und eine verlässliche Informationsquelle für Nutzer und Interessierte aufzubauen.

Im Oktober 2020 wurde die Insel Usedom gemeinsam mit der Stadt Wolgast als eine von fünf Modellregionen im Land Mecklenburg-Vorpommern ausgerufen. Diese Initiative zielte darauf ab, zukunftsweisende Themen der Landestourismuskonzeption zu erproben und zu evaluieren. Ein zentrales Element dieser Bewerbung war die Anerkennung der Insel Usedom als einheitliches Erholungs- und Erhebungsgebiet. Diese Einheitlichkeit bietet ein großes Potenzial für die Entwicklung nachhaltiger Tourismusstrategien, da sie die Integration von umweltfreundlichen Praktiken und Angeboten über die gesamte Insel hinweg erleichtert.

Durch die enge Zusammenarbeit mit Partnern und die positiven Rückmeldungen zum Portal entschloss sich die Usedom Tourismus GmbH, auch ihren eigenen Betrieb nachhaltiger zu gestalten. Die Zielsetzung ist es, als gutes Beispiel voranzugehen und andere zu inspirieren. Die Usedom Tourismus GmbH wurde daher erstmals 2022 im Rahmen des Green Globe Programms zertifiziert und führt seitdem eine kontinuierliche Rezertifizierung und Weiterentwicklung interner Nachhaltigkeitsmaßnahmen durch. Dazu zählen unter anderem Monitoringprozesse, die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern sowie Maßnahmen zur Sensibilisierung und Vernetzung innerhalb der Destination.

1.1 Vision

Die vielfältige Natur Usedom bildet das Fundament unseres Schaffens. Es ist unsere Verantwortung, diese zu schützen und für Besucher sowie Einheimische zu bewahren. Als Usedom Tourismus GmbH sind wir Teil dieses einzigartigen Naturraums und setzen uns durch nachhaltiges Handeln dafür ein, die Natürlichkeit und Attraktivität Usedom für unsere Gäste, Partner und die lokale Gemeinschaft zu erhalten.

Zukunftsthemen sind fest in unserer DNA verankert, und wir reagieren mit wachem Blick und innovativen Ideen auf die Erwartungen unserer Gäste von morgen. Unser Ziel ist es, den notwendigen Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit proaktiv zu gestalten. Die Dringlichkeit nachhaltigen Handelns ist uns seit vielen Jahren bewusst. Angesichts des fortschreitenden Klimawandels und der aktuellen politischen Herausforderungen ist ein grundlegendes Umdenken erforderlich.

Mit einem ganzheitlichen Ansatz, der sich an den drei Säulen der Nachhaltigkeit orientiert, streben wir einen Qualitätsgewinn für uns und unsere Anspruchsgruppen an. Wir sind überzeugt, dass unser nachhaltiges Handeln letztlich allen zugutekommt. Um unsere Vision, Usedom als eine nachhaltige Urlaubsdestination zu etablieren, zu erreichen, setzen wir auf offene Kommunikation und enge Kooperation mit all unseren Stakeholdern. Wir möchten Gäste, Mitarbeitende und Partner für unser Vorhaben begeistern und sie aktiv in den Transformationsprozess einbeziehen, damit unsere Vision eines Tages Wirklichkeit wird.

1.2 Mission

Nachdem wir die grundlegenden Aspekte des Themas betrachtet haben, ist es wichtig, nun einen genaueren Blick auf die spezifischen Herausforderungen zu werfen, die sich daraus ergeben. Dies beinhaltet zum Beispiel neben inselweiten Verträgen auch inselweite Veranstaltungen zu organisieren

und vermarkten, mit einem besonderen Fokus auf die Nebensaison. Dies geschieht, um dem Massentourismus und seinen negativen Auswirkungen auf die Einheimischen entgegenzuwirken. Die Insel Usedom als eine Destination kann hierbei in Mecklenburg-Vorpommern als Vorreiter angesehen werden, da eine zeitliche Entzerrung der Besucherzahlen erkennbar ist: Während 2015 in der Hauptsaison 4,15-mal so viele Touristen wie in der Nebensaison 14/15 kamen, waren es 2025 nur noch 3,8-mal so viele im Vergleich zur Nebensaison 23/24.

Des Weiteren legen wir den Fokus auf unseren Ressourcenverbrauch und CO₂-Ausstoß und die maximal mögliche Reduzierung dieser. Der Nachhaltigkeitsmanagementplan ist hierbei das zentrale Nachschlagewerk für das betriebliche Nachhaltigkeitsmanagementsystem der Usedom Tourismus GmbH. Er bietet eine übersichtliche und transparente Dokumentation der aktuellen und zukünftigen Nachhaltigkeitsbestrebungen des Unternehmens. Die Hauptnutzer des Plans sind die Mitarbeitenden und die Geschäftsführung. Der Nachhaltigkeitsmanagementplan dient als Leitfaden für die festgelegten und einzuhaltenden Regelungen, die für ein reibungsloses Funktionieren des nachhaltigen Managements im Unternehmen erforderlich sind. Darüber hinaus soll die transparente Kommunikation des Nachhaltigkeitsmanagementplans anderen Unternehmen ermöglichen, ähnliche Schritte in Richtung Nachhaltigkeit zu unternehmen.

2. Anwendung in den Bereichen der Usedom Tourismus GmbH

Der Geltungsbereich für das Nachhaltigkeitsmanagementsystem umfasst das gesamte Unternehmen der Usedom Tourismus GmbH (UTG) mit allen Dienstleistungen, Prozessen und Produkten. Die Usedom Tourismus GmbH ist die offizielle Marketing-Gesellschaft der Insel Usedom und hat sich nun auch dem modernen Destination Management verschrieben. Der Fokus liegt zunächst auf den durch die UTG direkt beeinflussbaren Aspekten, wie dem Ressourcenverbrauch im Unternehmen. Die Nachhaltigkeitsbemühungen der Kooperationspartner und Dienstleister, mit denen die UTG zusammenarbeitet, werden im größtmöglichen Maße unterstützt. Als aktives Gründungsmitglied des inselweiten Netzwerks „Usedom pur“ tauschen wir uns mit nachhaltigen Betrieben aus und fördern die Entwicklung eines naturnahen Tourismus auf Usedom.

In den nachfolgend beschriebenen Abteilungen wird das Nachhaltigkeitsmanagementsystem mit unterschiedlichen Kriterien integriert:

2.1 Nachhaltigkeitsmanagement

Im Januar 2025 wurde der Posten des Nachhaltigkeitsmanagements eingeführt, der eine Vielzahl von Aufgaben mit sich bringt. Zu den Hauptaufgaben gehören die Entwicklung und Implementierung von Nachhaltigkeitsstrategien sowie die Überwachung und Berichterstattung über Fortschritte in Bezug auf die Nachhaltigkeitsziele. Das Nachhaltigkeitsmanagement soll Schulungen für Mitarbeitenden durchführen, um das Bewusstsein für umweltfreundliche Praktiken zu fördern, und die Koordination mit anderen Abteilungen sicherstellen, um Nachhaltigkeitsinitiativen in alle Geschäftsprozesse zu integrieren.

Darüber hinaus wird es das Stakeholder-Engagement fördern, um nachhaltige Projekte mit externen Partnern und der Gemeinschaft zu entwickeln. Die Identifizierung und Initiierung umweltfreundlicher Projekte, das Risikomanagement sowie die Einhaltung von Umweltstandards und -zertifizierungen gehören ebenfalls zu den Aufgaben. Insgesamt wird dieser Posten dazu beitragen, die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens voranzutreiben und eine positive Wirkung auf die Umwelt und die Gemeinschaft zu erzielen.

2.2 Marketing und Presse

Die Usedom Tourismus GmbH (UTG) verfügt über ein weitreichendes Partnernetzwerk verschiedener touristischer Akteure, das aktiv in die Marketingarbeit eingebunden ist. Durch kooperative Marketingmaßnahmen wird ein ganzheitliches und attraktives Werbebild der Destination Usedom

kommuniziert. Neben dem Destinationsmarketing, das auf inselweiten Verträgen basiert, übernimmt die UTG zusätzlich das Marketing für spezifische Regionen, Orte, Events und Unternehmen. Zu den weiteren wichtigen Aufgabenfeldern gehören Öffentlichkeitsarbeit, die Entwicklung von Marketingkonzeptionen, die Teilnahme an Messen und Promotion-Aktivitäten sowie die Pflege der offiziellen Internetseite der Insel Usedom. Darüber hinaus spielt Marktforschung und Netzwerkbildung eine zentrale Rolle. Die Marketingstrategie der UTG umfasst eine differenzierte Herangehensweise, bei der zwischen Destinationsmarketing und Regionalmarketing unterschieden wird, um die Vielfalt und Attraktivität der Insel optimal zu präsentieren. Zur Unterstützung einer effizienteren Content-Erstellung, zielgerichteten Kommunikation und besseren Auswertung von Marketing- und Marktdaten werden zunehmend KI-gestützte Anwendungen geprüft und eingesetzt.

2.3 Buchungszentrale

Die Usedom Tourismus GmbH (UTG) ist die zentrale Anlaufstelle für die Vermittlung von Ferienwohnungen, Ferienhäusern, Appartements sowie Hotel- und Pensionszimmern und pflegt über 500 Vermieterkontakte mit mehr als 2.000 Ferienobjekten. Mit einem benutzerfreundlichen Online-Buchungssystem werden die Angebote übersichtlich präsentiert und sind jederzeit für potenzielle Gäste buchbar. Die Buchungszentrale bietet nicht nur die Vermittlung von Unterkünften, sondern betreut auch Bestandskunden und steht Neukunden für alle Fragen zur Verfügung, um ein reibungsloses Buchungserlebnis zu gewährleisten. Zur kontinuierlichen Qualitätssteigerung im Beherbergungsangebot ist die UTG-Lizenznehmer des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) und bietet Beratungen an, um Vermietern bei der Optimierung ihrer Angebote zu helfen. Ab dem 2. Halbjahr 2026 wird die UTG einen Newsletter zur Information über das innovative Instrument „Qualitätslotse“ schicken zur Selbsteinschätzung, um die Qualität der Unterkünfte weiter steigern zu können und die Erwartungen der Gäste zu erfüllen. Zur Unterstützung von Prozessoptimierung, effizienter Datenpflege und einer verbesserten Kommunikation mit Vermietern und Gästen werden ergänzend digitale und KI-gestützte Systeme eingesetzt und weiterentwickelt. Mit diesen Maßnahmen positioniert sich die UTG als Vorreiter in der Branche und setzt neue Maßstäbe für Qualität und Service im Bereich der Ferienvermietung auf Usedom.

2.4 Destinationsmanagement

Im Destinationsmanagement der Usedom Tourismus GmbH (UTG) wird die strategische Entwicklung der touristischen Gesamtdestination Usedom koordiniert. Ziel ist es, die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der Insel zu sichern und eine nachhaltige, ausgewogene Tourismusentwicklung zu fördern.

Im Fokus steht die Zusammenarbeit mit Kommunen, regionalen Partnern und Leistungsträgern, die Weiterentwicklung der UsedomCard sowie die Umsetzung inselweiter Projekte in der Tourismusregion. Die UTG übernimmt dabei eine zentrale Schnittstellenfunktion und trägt zur Vernetzung der relevanten Akteure bei.

Darüber hinaus werden touristische Entwicklungen und Rahmenbedingungen kontinuierlich analysiert, um frühzeitig auf Veränderungen reagieren zu können. Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen entwickelt, die die Positionierung Usedom als attraktive und zukunftsfähige Urlaubsdestination stärken.

Anhang 1: UTG_Organigramm_Stand_21.05.2026

3. Green Globe Zertifizierung

3.1 Green Globe Programm

Mit Orientierung am Green Globe Programm ist für die Usedom Tourismus GmbH die Basis hin zu einer Nachhaltigkeitstransformation gelegt. Green Globe ist ein weltweit anerkanntes Programm zur Zertifizierung und Leistungsverbesserung touristischer Unternehmen. Sein Anfang lässt sich auf die UN-Konferenz in Rio 1992 zurückführen. Green Globe ist Mitglied in der UNWTO und zählt über 500 zertifizierte Mitglieder in 94 Ländern. Das Unternehmen, das über ein internationales Netzwerk an Partnerunternehmen und Auditoren verfügt, hat seinen Geschäftssitz in Los Angeles.

Ziele des Green Globe Programms sind:

- **Messung der Auswirkung auf soziales Umfeld und Umwelt**
- **Umsetzung von Maßnahmen zur Verringerung der Einflüsse**
- **Verbessertes Qualitätsmanagement**
- **Transparenz und Glaubwürdigkeit**
- **neue Zielgruppen/Kunden ansprechen**

Mit der Umsetzung des Programms analysiert ein Unternehmen seinen eigenen Leistungsstand hinsichtlich des Umgangs mit Energie, Abfall und Wasser, aber auch die Interaktion bzw. Kommunikation mit dem sozialen und gesellschaftlichen Umfeld. 70% der Kriterien behandeln den Umweltbereich, 30% sozio-kulturelle Aspekte. Das Programm von Green Globe, der Green Globe Standard, enthält 44 obligatorische Kriterien, unterteilt in die 4 Themenbereiche:

- **Nachhaltiges Management**
- **Sozial und wirtschaftlich**
- **Kulturerbe**
- **Umwelt**

Ein Kriterium besteht aus mehreren Indikatoren. Zur Zertifizierung unter dem Green Globe Standard muss ein Unternehmen jedes Kriterium erfüllen und zusammen mit den jeweils zugeordneten Indikatoren mindestens 51% erreichen.

3.2 Aufbau und Organisation des Nachhaltigkeitsteams

Das Nachhaltigkeitsteam der Usedom Tourismus GmbH, auch bekannt als Green Team, setzt sich aus Mitarbeitenden verschiedener Abteilungen zusammen, um eine breite Palette an Ideen und Vorschlägen zu fördern und somit den Transformationsprozess aktiv zu unterstützen. Der Informationsfluss innerhalb des Unternehmens wird durch diese vielfältige Zusammensetzung erheblich verbessert.

Das Green Team wurde im November 2021 gegründet und tagt seitdem einmal im Monat. In der Anfangsphase beschäftigten sich die Mitglieder intensiv mit dem Green Globe Programm und führten eine erste Analyse der Kriterien durch. Daraus resultierten bereits erste Maßnahmen, die schnell umgesetzt und im gesamten Team kommuniziert wurden. Die Indikatoren wurden in kurzfristige, mittelfristige und langfristige Ziele unterteilt, um die weitere Planung zu erleichtern. Im Rahmen des Zertifizierungsprozesses wurden alle Kriterien und Indikatoren (250) des Green Globe Programms auf die einzelnen Mitglieder verteilt, wobei jeder Bereich mit entsprechenden Zeitplänen versehen wurde. Im Sommer 2022 und Januar 2025 gab es personelle Wechsel im Unternehmen, was zu einer Neustrukturierung des Green Teams führte. Diese Veränderungen tragen dazu bei, unsere Nachhaltigkeitsziele noch effektiver zu erreichen.

Anhang 2: Mailing Update aus dem Green Team-Frühjahr 2026

3.3 Rechtliche Verpflichtungen und andere Anforderungen

Die Usedom Tourismus GmbH orientiert sich bei ihren Umweltschutzleistungen an gesetzlichen und behördlichen Vorgaben sowie an freiwilligen Verpflichtungen. Das Unternehmen verpflichtet sich, regelmäßig die geltenden rechtlichen Anforderungen zu überprüfen und sicherzustellen, dass alle relevanten Vorschriften und gesetzlichen Auflagen eingehalten werden. Dabei werden nicht nur umweltrechtliche Aspekte, sondern auch Vorschriften zur Arbeitssicherheit berücksichtigt. Die rechtlichen Grundlagen werden jährlich durch einen externen Rechtscheck ermittelt, überprüft und bewertet. Alle Mitarbeitenden sind dazu angehalten, auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften zu

achten und Änderungen im Gesetz in ihre tägliche Arbeit einzubeziehen.

Anhang 3: Rechtskataster 2026

4. Umweltrichtlinie und -management

Die Regelungen dieses Kapitels sollen gewährleisten, dass die im Betrieb auftretenden direkten Umweltauswirkungen so weit wie möglich minimiert werden. Daneben ist es das Ziel des Unternehmens zusammen mit Partnern und Lieferanten die direkten Umweltauswirkungen zu reduzieren und ein Vorbild für andere zu sein. Auf der Grundlage der Bewertung durch das Green Team orientieren sich alle Abteilungen der Usedom Tourismus GmbH an folgenden Umweltaspekten in besonderem Maße:

- **Energieverbrauch**
- **CO₂-Emissionen**
- **Wasserverbrauch**
- **Abfallmanagement, Einkauf und Beschaffung**
- **Ressource Betriebsmittel**

Ziel des aktiven Umweltmanagements in den einzelnen Abteilungen ist die Reduzierung des Energiebedarfs aus fossilen Brennstoffen und die damit verbundenen Reduzierungen der entstehenden Emissionen. Ebenso soll der Wasserbedarf weiter optimiert werden und die Einhaltung der Qualität des Frisch- und Abwassers gewährleistet bleiben. Abfälle sollen weitestgehend vermieden bzw. verwertet oder sachgerecht entsorgt werden sowie Gefahrstoffe gesundheits- und umweltschonend gelagert und eingesetzt sowie deren Verbrauch auf das Notwendigste reduziert werden. Die Senkung von CO₂-Emissionen erfolgt durch nachhaltige Mobilitätskonzepte, Digitalisierung und klimafreundliche Beschaffung.

4.1 Energieverbrauch

Energie in Form von Strom wird zwingend für die Arbeit des Unternehmens benötigt. Hierbei achtet die Usedom Tourismus GmbH auf die Herkunft seines Stroms und plante noch im Jahr 2022 für die neu angebrachte Wallbox zum Stromtanken der Autos einen Ökostrom-Tarif auszuwählen.

Der Verbrauch des Stroms entsteht hauptsächlich durch Beleuchtung der Büroräume und dem Betrieb von Bürotechnik (Computer, Drucker, Kopierer, etc.). Die Mitarbeitenden des Unternehmens haben im besonderen Maß aktiv Einfluss auf diesen Verbrauch und wurden für einen bewussten Umgang mit den technischen Geräten geschult. Computer sind in den Energiesparmodus zu schalten, sobald man sich für einen längeren Zeitraum vom Arbeitsplatz entfernt. Wenn man einen Raum verlässt, erinnern einen Hinweis-Aufkleber auf jedem Lichtschalter zum Ausschalten des Lichts. Wo möglich sind Leuchtstoffröhren entfernt worden. All diese Maßnahmen sollen zu einem bewussten Umgang mit der Ressource Energie führen und der Senkung des Stromverbrauchs des Unternehmens dienen.

Kurzfristige Zielsetzung:

- Senkung des Stromverbrauchs um durchschnittlich 2 % innerhalb eines Jahres von Januar 2026 – Januar 2027

Langfristige Zielsetzung:

- jährliche Senkung des Energieverbrauchs sowie Betrieb des Unternehmens ausschließlich mit Strom aus erneuerbaren Energien

Maßnahmen:

- erneuter Vergleich von Stromanbietern —
- Energieberatung in der Geschäftsstelle durchführen, idealerweise gemeinsam mit dem Vermieter
- Austausch mit dem Vermieter über Optimierung des Verbrauchs
- Schrittweises Ersetzen der Leuchtmittel durch LED-Beleuchtung
- Fortwährendes Monitoring des Strom- und Gasverbrauchs - eingeführt im April 2022, optimiert im April 2025

Anhang 4: Tabelle Monitoring Strom

Anhang 5: Tabelle Monitoring Gas

4.2 CO₂-Emissionen

CO₂-Emissionen entstehen bei der Usedom Tourismus GmbH in verschiedenen Bereichen der Geschäftstätigkeit. Ein essenzieller Bereich ist hierbei die geschäftliche Reisetätigkeit von Mitarbeitern und Geschäftsführung. Vor Ort Termine mit Geschäftspartnern auf Usedom sind ein wichtiger Bestandteil des Betriebs. Auch für Messen, Promo-Aktionen oder auswärtige Mitarbeiterschulungen ist Reisen zwingend erforderlich. Da sich das Unternehmen im ländlichen Raum mit einem eingeschränkten öffentlichen Verkehrssystem befindet, wird für die Dienstreisen überwiegend auf den Dienstwagen oder Privat-Pkw mit anschließender Abrechnung beim Unternehmen zurückgegriffen. Mittels Fahrtenbuches und einer Tabelle zur Festhaltung der Dienstreisen ist eine transparente Erfassung der monatlichen Fahrleistung gewährleistet.

Seit November 2022 steht der Usedom Tourismus GmbH ein Elektroauto als neuer Dienstwagen zur Verfügung. Der Wechsel vom Antrieb aus fossilen Brennstoffen hin zu einem Antrieb aus erneuerbaren Energien, unterstützt den Betrieb bei der aktiven Senkung des CO₂-Verbrauchs. Ein weiterer Bereich, in dem CO₂-Emissionen innerhalb des Unternehmens entstehen, sind der genutzte Strom und die Heizung. Die entsprechenden Emissionen werden in einer Monitoring-Tabelle monatlich erfasst und ausgewertet.

Kurzfristige Zielformulierung:

- Senkung der CO₂-Emissionen um durchschnittlich 2 % innerhalb eines Jahres von Januar 2026 - Januar 2027

Langfristige Zielsetzung:

- CO₂-neutrales Arbeiten bis 2030

Maßnahmen:

- Schulung der Mitarbeitenden zum Thema CO₂-Emissionen
- Einführung eines Systems zur Erfassung aller CO₂-Emissionen, die innerhalb des Betriebs entstehen – Nutzung von ecocockpit ab 2026 für 2025
- schrittweise Umstellung der Prozesse, Leistungen und Produkte im Hinblick auf CO₂-Neutralität
- Kompensationen einführen

Anhang 6: Tabelle Monitoring Dienstreisen 2026

Anhang 7: Tabelle Monitoring Dienstreisen Monatsvergleich

Anhang 8: Auswertung ecocockpit_Stand Juni 2026_scope 1-3

4.3 Wasserverbrauch

Im Zuge des Klimawandels entwickelt sich die Ressource Wasser leider zunehmend zu einem knappen Gut. Umso wichtiger ist es, dass Mitarbeitenden und Geschäftsführung einen bewussten und ressourcensparenden Umgang mit Wasser praktizieren und ihre Besucher in der Geschäftsstelle ebenfalls dazu animieren. Deshalb sind in den Waschräumen und der Büroküche der Usedom Tourismus GmbH Hinweis-Aufkleber zum Thema Wasser sparen angebracht. Im April 2022 ist ein dauerhaftes Monitoring des Wasserverbrauchs bei der Usedom Tourismus GmbH eingeführt worden. Monatlich, jeweils zum Ende eines Monats, wird der Verbrauch

erfasst und in eine für alle Mitarbeitenden zugängliche Vergleichstabelle eingetragen.

Kurzfristige Zielformulierung:

- Senkung des Wasserverbrauchs um durchschnittlich 2 % innerhalb eines Jahres von Januar 2026 – Januar 2027

Langfristige Zielsetzung:

- dauerhafte Reduzierung des durchschnittlichen Wasserverbrauchs pro Mitarbeitenden auf unter 20 Liter pro Tag

Maßnahmen:

- Sanierung der Sanitäreinrichtungen (Spartaste am Spülkasten, wassersparender Wasserhahn usw.)
- Geschirrspüler nur alle zwei Tage bzw bei Bedarf anstellen - eingeführt in 2025
- Jährliche Sensibilisierung der Mitarbeitenden für das Thema Wasserverbrauch und Wissensaufbau in Form von Schulungen
- Fortführendes Monitoring des Wasserverbrauchs - eingeführt im April 2022, optimiert im April 2025

Anhang 9: Tabelle Monitoring Wasserverbrauch

4.4 Abfallmanagement, Einkauf und Beschaffung

Abfälle entstehen bei der Usedom Tourismus GmbH in nahezu allen Abteilungen. Für eine konstante Reduzierung des Abfallvolumens arbeitet der Betrieb nach dem Prinzip Reduce, Reuse, Recycle und sichere Entsorgung. Das bedeutet konkret, dass Abfälle möglichst gar nicht erst in das Unternehmen gelangen (z.B. Verpackungen). Der effektivste Weg zur Abfallreduzierung ist die Vermeidung. Weiterhin soll nach Möglichkeit auf wiederverwertbare Materialien und Verpackungen oder Mehrwegsysteme zurückgegriffen werden, um das Abfallvolumen zu reduzieren. Für Abfälle, die nicht vermieden werden können, praktizieren wir eine aktive Trennung aller recyclefähiger Materialien. Hierfür sind in allen wichtigen Bereichen entsprechende Trennsysteme aufgestellt. Die wichtigsten Abfallfraktionen des Unternehmens sind Restabfall, Papier und Pappe, und Kunststoffe.

Für die Umsetzung eines umweltorientierten Geschäftsbetriebs ist ein an Nachhaltigkeitskriterien orientierter Einkauf von besonderer Bedeutung und bildet eine der wichtigsten Querschnittsfunktionen für alle Bereiche. Mit der umweltorientierten Auswahl von Lieferanten, Dienstleistern und Produkten kann der Einkauf direkt oder indirekt Einfluss auf die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens nehmen. Die Bestellungen des Unternehmens werden im Wesentlichen von den Auszubildenden und der Organisation sowie den Mitarbeitern Marketing und Buchungszentrale vorgenommen. Diese kümmern sich um den Bestellvorgang, Liefereingang und Kontrolle.

Verantwortlichkeiten Einkauf und Beschaffung

Einkauf Lebensmittel und Getränke für die Mitarbeiter	Auszubildende und Mitarbeitenden Organisation
Einkauf Küche und Bad	Auszubildende und Mitarbeitenden Organisation
Beschaffung Bürobedarf	Auszubildende und Mitarbeitenden Buchungszentrale
Beschaffung Printprodukte	Mitarbeitenden Marketing und Buchungszentrale
Beschaffung technische Ausstattung	Mitarbeitenden IT

Die Mitarbeitenden orientieren sich beim Einkauf an der vom Green Team entwickelten Einkaufsrichtlinie. Diese enthält Erläuterungen zu den Bereichen Lebensmittel & Getränke, Küche & Bad, Papier sowie Bürozubehör. Zudem wird anhand einer Checkliste übersichtlich dargestellt, welche Kriterien pro Produkt einzuhalten sind.

Hierzu wurde sich in einer Analyse zahlreicher Anbieter für den Anbieter ‚memo‘ als Bestellplattform für jegliches Büromaterial entschieden. Als Entscheidungsgrundlage dient dafür die Tabelle Vergleich Büromaterial, die alle für das Unternehmen notwendigen Produkte aufzählt und bei verschiedenen nachhaltigen Shops vergleicht.

Die Ressource Papier findet bei der Usedom Tourismus GmbH mittels folgender kurzfristiger Maßnahmen Berücksichtigung:

- **Einführung von Recyclingpapier**
- **Anpassung der Druckeinstellungen auf beidseitig und farblos**
- **Papier wird als Schmierpapier wiederverwendet**

Trotz zunehmender Digitalisierung ist es dem Unternehmen noch nicht möglich, gänzlich auf den Einsatz von Papier zu verzichten. In kleinen Schritten möchte man aber dem Status des papierlosen Büros näherkommen.

Kurzfristige Zielformulierung:

- Ab 2026: Fortführung des im Jahr 2025 eingeführten Monitoringsystems Papierverbrauch durch Einkaufswert und Fülle aller Mülltonnen

Langfristige Zielsetzung:

- bis 2030 sollen alle Einkäufe CO2-neutral durchgeführt werden
- die Abfallmenge wird monatlich erfasst und ab 2026 im jährlichen Durchschnitt um 5% reduziert

Maßnahmen:

- Recherche und Auswahl nachhaltiger Anbieter – erledigt zum Teil, größtenteils wird über ‚memo‘ bestellt
- Wahl von Produktlieferanten, die wiederverwendbare Verpackungen nutzen
- Einführung eines Monitorings über Müllaufkommen (z.B. Füllstände der Mülltonnen) – eingeführt im April 2025
- Erstellung eines Maßnahmenplans zur Abfallreduzierung
- Einführung eines Monitorings zur Einhaltung der Einkaufsrichtlinien
- Einführung eines Monitorings zum Einkauf

Anhang 10: Einkaufsrichtlinie_Stand Juni 2026

Anhang 11: Tabelle Monitoring Abfall

4.5 Ressource Betriebsmittel

Betriebsmittel sind für ein Unternehmen ein essenzieller Bestandteil. Zur Qualitätssicherung der Arbeit aber auch zum Schutz der Mitarbeitenden wurde vom Green Team eine Wartungsliste erstellt, die die folgenden Mittel auflistet:

- **Fahrzeuge**
- **Küchenmöbel & Elektrogeräte**
- **Alarm- & Klimaanlage & Server**
- **Frankiermaschine & EC-Gerät**
- **Sanitäre Anlagen**
- **Messeausrüstung & Werkzeuge**
- **PCs & Zubehör**
- **Büro- & Lagermöbel**

- **Beleuchtung innen & außen**

Pro Bereich wurden die Verantwortlichkeit und Stellvertretung im Unternehmen festgelegt. Die eingeteilten Mitarbeitenden prüfen in regelmäßigen sowie gesetzlich vorgeschriebenen Abständen die Funktionsfähigkeit des einzelnen Elements und tragen ihre Beobachtungen in der Tabelle ein. Die Wartung bedeutet auch Pflege und so verspricht sich das Unternehmen davon, dass die aufgelisteten Betriebsmittel möglichst langlebig zur Verwendung zur Verfügung stehen.

Kurzfristige Zielformulierung:

- Integration und aktive Pflege der Wartungsliste Betriebsmittel durch alle Mitarbeitenden des Unternehmens – eingeführt in 2023

Langfristige Zielsetzung:

- Reduzierung der Neuanschaffungen von Betriebsmitteln

Maßnahmen:

- Regelmäßige Pflege der Wartungs- und Inventarliste - jährlich
- Beim Kauf von Betriebsmitteln auf CO2-neutralen Versand und Herstellung achten; gegebenenfalls kompensieren
- Übersicht für Neuanschaffungen

Anhang 12: Wartungsliste

5. Management der sozialen Auswirkungen

5.1 Mitarbeiterzufriedenheit

Die Mitarbeitenden sind das Potential des Unternehmens und leisten sehr gute Arbeit. Das Wohl der Mitarbeitenden ist dem Unternehmen wichtig und so werden bei der Usedom Tourismus GmbH verschiedene Leistungen und Events unterstützt:

Zielformulierung:

- Einführung eines Systems zur Erfassung von Mitarbeiterzufriedenheit sowie Vorschlägen und Ideen – eingeführt in Form einer ersten Umfrage in 2025

Maßnahmen:

- Leitfaden für Mitarbeitergespräch erstellen - erledigt
- Interner Ideenwettbewerb in Form eines Kreativworkshops + Integration von mind. 2 der Mitarbeitervorschläge; Budgetierung ab 2026 für 2027
- Jährliche Feedbackgespräche mit der Geschäftsleitung - eingeführt
- Wöchentliche Teammeetings zum Austauschen und Informieren - eingeführt
- Frisches Obst wird wöchentlich gestellt - eingeführt
- Veranstaltung regelmäßiger Teamevents in der Region – 2x im Jahr

Anhang 13: Leitfaden Mitarbeitergespräche

Anhang 14: Auswertung Umfrage Mitarbeitendenzufriedenheit

5.2 Schulung und Bewusstsein

Umweltorientiertes Handeln setzt entsprechendes Wissen und Verantwortungsbewusstsein voraus. Daher sind für verschiedene Tätigkeiten und direkte Relevanz für den internen Umweltschutz

Fortbildungsmaßnahmen erforderlich und sinnvoll. Der Schulungsbedarf aller Mitarbeitenden mit umweltrelevanten Funktionen wird regelmäßig ermittelt. Ziel der Schulungen ist es den Wissensstand der Mitarbeitenden aufrecht zu erhalten und zu verbessern und damit die Umweltauswirkungen der jeweiligen Tätigkeit zu minimieren. Die Schulungen werden auf Grundlage der Bedarfsermittlung für alle Mitarbeitenden einmal jährlich geplant und dokumentiert. Durchgeführte Schulungen werden schriftlich dokumentiert. Regelmäßige Schulungen und Informationen haben einen hohen Stellenwert im Unternehmen, um den Mitarbeitern die Richtlinien und Prozesse des Nachhaltigkeitsmanagementsystems zu vermitteln.

Zielsetzung:

- Jährliche Schulungen jedes Mitarbeiters zu mind. einem fachlichen und einem gesundheitsrelevanten Thema ab 2027

Maßnahmen:

- Einführung eines Schulungskalenders für alle Mitarbeitenden ab 2026

Anhang 15: Schulungen 2026

5.3 Regionales Engagement

Die Usedom Tourismus GmbH ist seit über 20 Jahren fest auf der Insel Usedom verankert und hat sich als bedeutendes Unternehmen in der Region etabliert. Diese lange Geschichte verpflichtet die GmbH zu verantwortungsvollem Handeln, was sich in der Etablierung wichtiger Veranstaltungen und Initiativen über die Jahre hinweg widerspiegelt.

Jeden Januar lädt das Unternehmen zu seinem Partnertag ein, bei dem nicht nur auf vergangene Projekte zurückgeblickt wird, sondern auch ein Ausblick auf anstehende Vorhaben gegeben wird. Aktuelle tourismusrelevante Themen werden diskutiert, und die Veranstaltung bietet eine hervorragende Gelegenheit zum Networking unter den Usedomer Touristikern. Der Austausch und das Feedback zur Arbeit der Gesellschaft sind dabei von zentraler Bedeutung.

Ein weiteres Highlight ist der Ideenwettbewerb, der 2025 bereits zum sechsten Mal stattfand. Hierbei haben die Einheimischen die Möglichkeit, aktiv am Marketing der Insel mitzuwirken, indem sie kreative und originelle Werbeideen einreichen. Diese Ideen werden von einer Jury, bestehend aus dem Marketingberater der Usedom Tourismus GmbH, bewertet. Die beste Idee wird prämiert und im darauffolgenden Jahr umgesetzt.

Aus diesem Wettbewerb entstand 2022 das Netzwerk „Usedom pur“, das nachhaltige, regionale und authentische Angebote der Insel bündelt und gleichzeitig die Partner vor Ort besser vernetzt. Hier fand das letzte Netzwerktreffen im März 2026 statt, mittlerweile mit über 20 Partnern zu den Themen Erleben, Kulinarik, und Kultur.

Darüber hinaus sucht die Usedom Tourismus GmbH aktiv nach inhaltlich passenden Kooperationspartnern, um authentischen und zielgruppengerechten Content zu entwickeln. Ein Beispiel für eine solche Kooperation war 2021 die Themenseite „Laufen“, die in Zusammenarbeit mit den Laufmützen Usedom entstanden ist. Dieser engagierte Lauftreff umfasst bis zu 100 Mitglieder, die durch öffentliche Laufveranstaltungen und das Buch „Lauflust Usedom“ Spendengelder für den Kinder- und Jugendhospizdienst Leuchtturm e.V. in Greifswald sammeln.

Die Usedom Tourismus GmbH engagiert sich weiterhin seit Anfang 2025 im Rahmen des Projekts „RETOUR“. In Zusammenarbeit mit der MV Tourismus GmbH und unter Federführung des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) bringt sie sich in die Weiterentwicklung nachhaltiger und vernetzter Tourismusstrukturen der Destination ein: Mit dem „Inseltagebuch“ stärkt sie das regionale Storytelling und die Sichtbarkeit lokaler Akteure auf Usedom und unterstreicht damit

ihr kontinuierliches Engagement für die touristische und regionale Entwicklung der Insel hin zu regenerativem Tourismus.

Kurzfristige Zielformulierung:

- Es wird zweimal im Jahr ein Netzwerktreffen von Usedom pur geben. Hierbei initiiert und fördert die Usedom Tourismus GmbH den aktiven Austausch und gewinnt weitere Unterstützer des Netzwerks
- Das Projekt zum Thema regenerativer Familientourismus in Form des Inseltagebuchs wird bis 2027 weiterhin mit umgesetzt und danach von der Usedom Tourismus GmbH übernommen

Langfristige Zielsetzung:

- Gewinnung neuer Partner für Usedom pur
- Neue Projekte zum Thema Familientourismus und regenerativer Tourismus

Maßnahmen:

- Kommunikationsarbeit über nachhaltige Leistungsträger auf Usedom verstärken und sich mit diesen noch besser vernetzen
- Unterstützung nachhaltiger und regionaler Projekte auf Usedom (Marketing und Vertrieb); Integration der einheimischen Bevölkerung in unsere Arbeit; Kommunikation und Information über unsere Arbeit
- Kommunikationsmaßnahmen für Saisonverlängerung, Besucherlenkung

Anhang 16: Präsentation Partnertag 2026

Anhang 17: Aufruf Ideenwettbewerb 2025

Anhang 18: Präsentation Netzwerktreffen Usedom pur 2026

Anhang 19: Vereinbarung_Content-Partnerschaft_Laufmützen Usedom

Anhang 20: Designentwurf Inseltagebuch

6. Kommunikation

Das Nachhaltigkeitskommunikationskonzept der Usedom Tourismus GmbH stellt einen zentralen Bestandteil ihrer strategischen Ausrichtung dar, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern und die Akzeptanz der Nachhaltigkeitsziele sowohl intern als auch extern zu steigern. Durch die Festlegung klarer Maßnahmen wird sichergestellt, dass alle relevanten Zielgruppen über die Nachhaltigkeitsleistungen und Umweltauswirkungen des Unternehmens informiert sind. Ein wesentliches Ziel des Kommunikationskonzepts ist die transparente Kommunikation, die Offenheit über die Nachhaltigkeitsarbeit und -ziele der Usedom Tourismus GmbH umfasst. Dies soll Vertrauen und Glaubwürdigkeit schaffen. Zudem wird angestrebt, die interne Akzeptanz und Mitwirkung der Mitarbeitenden zu fördern. Dazu werden regelmäßige Meetings und Schulungen durchgeführt, die das Bewusstsein für Nachhaltigkeit stärken und die Mitarbeitenden aktiv in die Umsetzung der Maßnahmen einbinden. Zu den Kommunikationsmaßnahmen zählen wöchentliche Teammeetings, die der Informationsweitergabe und dem Austausch über aktuelle Nachhaltigkeitsprojekte dienen, sowie monatliche Nachhaltigkeitsmanagement-Meetings, in denen die Verantwortlichen der verschiedenen Bereiche Strategien entwickeln, Fortschritte überprüfen und neue Maßnahmen planen.

Durch die aktive Einbindung der internen Zielgruppen und die Ansprache externer Partner und Besucher soll ein gemeinsames Bewusstsein für Umweltschutz und nachhaltige Praktiken geschaffen werden (siehe Netzwerk „Usedom Pur“). Die Usedom Tourismus GmbH ermutigt alle Stakeholder, Anfragen und Anregungen zu äußern, um den Dialog zu fördern und kontinuierlich an der Verbesserung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie zu arbeiten. Insgesamt ist das Kommunikationskonzept der Usedom Tourismus GmbH darauf ausgelegt, eine Kultur der Nachhaltigkeit zu fördern, die sowohl

interne als auch externe Stakeholder einbezieht. Durch transparente Kommunikation, regelmäßige Schulungen und die Bereitstellung von Informationen wird eine aktive Mitwirkung der Zielgruppen angestrebt, um gemeinsam einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

7. Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr

Die Notfallvorsorge und das Notfallmanagement sind wichtige Aufgaben innerhalb des Nachhaltigkeitsmanagementsystems der Usedom Tourismus GmbH. Das Notfallmanagement des Unternehmens bildet die Grundlage für eine wirksame Prävention in Notfallsituationen, sowie die schnelle und effektive Koordination der Notfallmaßnahmen in diesen Fällen. Das Notfallmanagement des Unternehmens wird durch die rechtlichen Anforderungen und Verpflichtungen definiert und enthält beispielsweise:

- **Trainings zur Brandprävention und –bekämpfung**
- **Notfallinformationen im Zimmer**
- **Katastrophenmanagementplan**
- **Evakuierungskonzept**

Darüber hinaus stehen in der Geschäftsstelle der Usedom Tourismus GmbH technische Einrichtungen wie Feuerlöscher zur Verfügung und ermöglichen so die Kontrolle von Notfällen in einem sehr frühen Stadium. Das Unternehmen verfügt über eine Kontaktliste zu den verantwortlichen Behörden und der lokalen Feuerwehr und überprüft regelmäßig seine Unterlagen auf Aktualität.

Anhang 21: UTG-Präsentation Krisenmanagement

8. Evaluierung des Nachhaltigkeitsmanagements

Die Usedom Tourismus GmbH führt regelmäßig interne Überprüfungen und Managementbewertungen durch, um die Effektivität und Konformität ihres Nachhaltigkeitsmanagementsystems sicherzustellen. Diese Prozesse sind entscheidend für die Identifizierung von Schwachstellen, die Bewertung der Zielerreichung und die Einleitung von Verbesserungsmaßnahmen.

Interne Überprüfung:

Einmal jährlich führt das Green Team interne Überprüfungen durch, um den Stand der Umsetzung des Nachhaltigkeitsmanagementsystems zu prüfen. Dabei wird die Funktionsfähigkeit des Systems, die Umsetzung der Nachhaltigkeitspolitik und die Einhaltung relevanter Rechtsvorschriften bewertet. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen werden zusammengefasst, und festgestellte Abweichungen werden analysiert. In Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung und dem Team werden Korrekturmaßnahmen festgelegt, um die Zielvorgaben zu erreichen. Die Überprüfung der Zielvorgaben findet im Januar jeden Jahres statt bzw. nachdem die entsprechenden Daten von 12 Monaten vorliegen.

Managementbewertung:

Zusätzlich wird einmal jährlich eine Managementbewertung durch die Geschäftsführung und den Nachhaltigkeitsmanagementbeauftragten durchgeführt. Diese Bewertung ermöglicht eine kritische Betrachtung der Ziele und Maßnahmen des vergangenen Jahres und überprüft die Umsetzung der Korrekturmaßnahmen. Hierbei werden auch Rückmeldungen von Anspruchsgruppen, der Erfüllungsgrad der Ziele, der Status von Korrektur- und Vorbeugungsmaßnahmen sowie neue rechtliche Entwicklungen und

Verbesserungsvorschläge berücksichtigt. Die Ergebnisse dieser Bewertung fließen in die strategische Planung für das kommende Jahr ein.

Durch die Kombination dieser beiden Prozesse wird sichergestellt, dass das Nachhaltigkeitsmanagementsystem der Usedom Tourismus GmbH kontinuierlich optimiert wird und den Anforderungen aller Stakeholder gerecht wird.