

Nachhaltigkeitsprofil

zu den zehn Leitmotiven der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen.

Unser **fairpflichtet** Nachhaltigkeitsprofil berücksichtigt die Einhaltung der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen ([SDG Sustainable Development Goals](#)).
Beispielhaft finden Sie für drei SDG's, die für die Veranstaltungsbranche eine besondere Bedeutung haben, die entsprechende Zuordnung der [fairpflichtet Leitlinien](#):



fairpflichtet Leitmotive:
6 • 7



fairpflichtet Leitmotive:
1 • 3 • 4 • 5 • 8 • 9 • 10



fairpflichtet Leitmotive:
1 • 2 • 3 • 4 • 5 • 6 • 8 • 10

Fortschrittsbericht zu den zehn Leitlinien und Leitsätzen der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

1. STRATEGIE. Nachhaltiges Wirtschaften heißt strategisch handeln, in Führung gehen und heißt Integration in die Unternehmensprozesse.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Nachhaltigkeitsstrategie im Unternehmen	<p>Wachstumsstrategie Husum Tourismus unter Einbeziehung von Nachhaltigkeits-Aspekten</p> <p>Einbeziehung in Unternehmensphilosophie (jeder soll informiert sein, Gedanken verankern und transportieren)</p> <p>Engagement in verschiedenen Initiativen für eine nachhaltige Entwicklung v.a. in den Bereichen Qualität und Ökologie</p> <p>MICE-Strategie: langfristige Ausrichtung und Fokussierung auf Kernkompetenzen (Küstenschutz, UNESCO Weltnaturerbe Wattenmeer, Erneuerbare Energien, etc.)</p>	<p>Verankerung in der Wachstumsstrategie Husum Tourismus 2025 (2015) sowie dem Statusbericht hierzu von 2019</p> <p>Umweltcheck im Rahmen der Nationalpark-Partnerschaft</p> <p>Regelmäßige Kommunikation (Team-Besprechungen)</p> <p>ServiceQ (Ausbildung einer Mitarbeiterin 2023) inkl. TourCert-Qualified, i-Marke, Lokal + Sicher buchen, Nationalpark-Partnerschaft, Ausbildungsbetrieb seit 2009, GCB-Nachhaltigkeitsberaterin (→ Ausbildung einer weiteren Mitarbeiterin im April 2022)</p>		<p>Leitbild</p> <p>nordsee-congress.de und Meeting Guide</p>
Implementierungprozess	Nachhaltigkeitsberaterin / -ansprechpartnerin	Ansprechpartnerin im Kollegium benannt		

2. Nachhaltigkeit wird vor allem als CHANCE verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Nachhaltigkeitsmanagement als unternehmerische Dimension	Hotelbedarfsanalyse, Tourismuskonzept	Verankerung in der Wachstumsstrategie Husum Tourismus 2025 (2015) sowie dem Statusbericht hierzu von 2019		Beauftragte Analysen der vergangenen Jahre

<p>Nachhaltiges Handeln</p>	<p>Förderung lokaler Produkte (z.B. Verkaufsartikel mit Regionalbezug, lokale Kooperationen)</p> <p>Leistungsträger & Partner</p> <p>Förderung von barrierefreien Angeboten</p> <p>Förderung von umweltverträglichen Reisen (z.B. durch eine Nationalpark-Partner-Pauschale)</p> <p>Offensive Kommunikation für den Themenbereich nachhaltiges Reisen im Web</p> <p>Informationen Offline zum Thema Plastikmüll in den Meeren/Meeresschutz bzw. allgemein nachhaltiges Verhalten im Nationalpark</p>	<p>Steigerung des Anteils von Artikeln mit Regionalbezug</p> <ul style="list-style-type: none"> -Husum Gewürz „Ebbe und Flut“ (MS Nordertor, 2023) -Buch „Teestunde“ (Husum Druck) (2023) -Comic „Gewaltig Nordsee“ (Museumsverbund Nordfriesland) (2023) -Tee versch. Sorten (Teekontor Nordfriesland) (2023) <p>Umweltverträgliche Produkte</p> <p>Ausschank von regionalen und fair gehandelten Produkten bei Meetings</p> <p>Regionales Netzwerk leben („TSMH trifft Gastgeber“)</p> <p>Themenbereich auf der Homepage</p> <p>Nationalpark-Partner-Pauschale</p> <p>Eigenständige Unterseite auf der Website zu diesem Thema</p> <p>Faltblatt Meeresgrund ausliegend (2023)</p>		<p>Antrag auf erneute Nationalpark-Partnerschaft, Umweltcheck</p>
-----------------------------	--	---	--	---

	Informationen zu Nachhaltigkeit bei der Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH	Online Kommunikation unter: https://www.husum-tourismus.de/nachhaltigkeit		
Pro-aktive Hilfestellung für Teilnehmer und Veranstalter	Gremienarbeit (u.a. MakS, NTS...) Recherche / Kommunikation / Unterstützung nachhaltiger Angebote			

3. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des GEMEINWOHLS

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Beitrag in unserer Region	<p>Stärkung Gemeinwohl / Soziales Engagement durch die Bewerbung sozialer Veranstaltungen, teilweise Verzicht auf Provision bei gemeinnützigen Veranstaltungen (z.B. Lions Club), Veranstaltungssponsoring zur Ermöglichung der Umsetzung</p> <p>Förderung regionaler Kultur, auch durch Sponsoring</p> <p>Weltnaturerbe – Nationalpark- Partnerschaft -> Pflege der Partnerschaft, Erhalt der Natur</p> <p>Unterkunftsvermittlung über „Zuständigkeitsgrenze“ hinaus (Cross Sale, Meta-Suche) etc.</p> <p>Freischaltung neuer Merkmale bezüglich Nachhaltigkeit (z.B. Öko-Strom, Reinigungsmittel, Photovoltaikanlage, regionale Produkte etc.) im Buchungssystem zur Darstellung und Auffindbarkeit nachhaltiger Unterkünfte</p>	<p>Sponsoringmaßnahmen</p> <p>s.o.</p> <p>Einhaltung von Kriterien, Selbstverständnis zum Erhalt Neues Angebot Vogelbeobachtungen / Birdwatching-Touren in Zusammenarbeit mit NP-Partnerin ausgearbeitet (2023)</p> <p>Merkmale im Zuge der Freischaltung 2024/2025 abgefragt und im Buchungssystem hinterlegt (2023)</p>		
„Erhaltung von Werten“	<p>Sanierung historisches Gebäude, Altes Rathaus, barrierefreier Zugang (Demographie)</p> <p>Brauchtpflege (Förderung – Sprachenvielfalt, Zusammenarbeit Dänemark, Kommunikation)</p>			

4. ÖKONOMIE in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Nachhaltigkeit & Ökonomie	<p>Nachhaltiges Handeln versteht der ‚nachhaltige Unternehmer‘ als eine Herausforderung, die ökologische und soziale Aspekte im Sinne einer langfristigen Ausgewogenheit zur Ökonomie sieht.</p> <p>z.B. durch: Förderung von nachhaltigen Veranstaltungen (langfristige Ausrichtung) über Service hinaus...bis zu Sponsoring</p> <p>Zusammenarbeit mit lokalen Partnern</p> <p>Nachwuchs-Förderung</p> <p>Wissensvermittlung, -bereitstellung</p> <p>Förderung der Mitarbeiter-Fortbildung</p>	<p>Kommunikation/Vermarktung/Sponsoring von entsprechenden Veranstaltungen (bspw. Nachhaltigkeitskampagne NTS, Wochenmarkt, Weihnachtsmarkt)</p> <p>Regionales Netzwerk von Leistungsträgern</p> <p>IHK-Ausbildungsbetrieb</p> <p>E-Learning-Plattform</p> <p>Anzahl und Qualität der durchgeführten Fortbildungen – weitere Mitarbeiterin zur Ausbilderin ausgebildet (2021)</p>		
Langfristige Stabilität	Sicheres, konstantes Arbeitsumfeld	<p>Überwiegend unbefristete Beschäftigungsverhältnisse</p> <p>Home-Office-Angebot während der Corona-Pandemie</p>		

Umgang mit Risiken	Bereitschaft Investitionen mit unsicherem Ausgang zu tätigen	White-Label-Suche mit HRS DS		
--------------------	--	------------------------------	--	--

5. Verantwortlicher Umgang mit RESSOURCEN UND ENERGIE heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Ressourcen vermeiden	<ul style="list-style-type: none"> • Fokussierung auf Online-Kommunikation • Druck möglichst bei lokalen Partnern, klimaneutral, FSC-zertifiziert; • Versuch der Vermeidung von langen Transportwegen • Mülltrennung • Energie-Management (Strombezug, Stromverbrauch) • vorhandene Trinkbecher aus recycelbarem Biokunststoff für den kostenfreien Wasserausschank an Gäste wurden aufgebraucht und durch normale Gläser ersetzt (Reinigung in Spülmaschine) 			Antrag auf erneute Nationalpark-Partnerschaft, Umweltcheck
Ressourcen vermindern	<ul style="list-style-type: none"> • Verminderung von Druckauflagen, onlinebasierte Kommunikation • Verringerung von langen Transportwegen • vor allem im Online-Bereich: Budgetverschiebung zugunsten Online-Maßnahmen • zentrales Multifunktionsgerät • papierarmes Arbeiten 			
Ressourcen regenerierbar einsetzen	<ul style="list-style-type: none"> • FSC-Papier / Vorwiegend Nutzung von Papier mit dem Blauen Engel + EU Ecolabel • think before you print, • Werbe-Artikel made in Germany, recyclebar etc., • Verkaufsartikel regional gestaltet und in Deutschland produziert • Mülltrennung an jedem Arbeitsplatz 	Magazin Husumer Bucht 2024 und Meeting Guide 2023 klimaneutral gedruckt (2023)		

<p>CO₂-Bilanz / Mobilität etc. etc. / klimafreundliche Veranstaltungen ...</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Denkmalschutz • Verstärkung Kooperation • Fahrgemeinschaften/Zusammenlegung von Dienstfahrten/Fahrten mit ÖPNV/ Vermeidung Mobilität • Übersichtskarte im Web: Mobilität vor Ort mit Hinweisen z.B. zu Fahrrad/E-Bike- Verleih, E-Ladestationen etc. • Beschreibungs- und Merkmalpflege bei Unterkünften im Buchungssystem: Ergänzung „Entfernung zur nächsten Bushaltestelle“ und Merkmal „E-Ladesäule“ 			
---	--	--	--	--

6. Der ‚nachhaltige Arbeitgeber‘ erfüllt eine anspruchsvolle SOZIALKOMPETENZ gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Attraktiver Arbeitgeber/in	Angenehme Arbeitsatmosphäre: renoviertes, historisches Gebäude, neue Büroausstattung, flexible Arbeitszeitenregelung, Gesundheitsvorsorge-Check (Krankenkasse), Betriebsfeiern, Jahresabschlussgeld, Arbeitssicherheit / Sicherheitsstandards, Mitarbeiter-Datenschutz, Verdienst nach TVÖD, Fortbildungsangebote, Angebote zur Gesundheitsvorsorge			
Personal	Zertifizierter Ausbildungsbetrieb seit 2009	Verminderung Fluktuation		Team + Leitbild

<p>Aus- und Weiterbildung; Nachwuchsförderung</p>	<p>Regelmäßige Weiterbildungsmöglichkeiten, mindestens eine pro Jahr, u.a. im Rahmen der Nationalpark-Partnerschaft</p> <p>Zertifizierter Ausbildungsbetrieb seit 2009</p>	<p>Weitere Mitarbeiterin wurde Ausbilderin (2021)</p> <p>Basis-Schulung Nationalpark 3 Mitarbeiter teilgenommen (2023)</p> <p>Aufbau-Schulung Nationalpark Geschäftsführung teilgenommen (2023)</p> <p>Workshop: Nachhaltigkeitsmanagement für Kleinstbetriebe 1 Mitarbeiter teilgenommen (2023)</p> <p>Nachhaltigkeit auf Plattformen & Suchmaschinen (netzvitamine) 1 Mitarbeiter teilgenommen (2023)</p> <p>Klimaschutz und Reisen in der Beratung greifbar machen (Online-Schulung) alle Mitarbeiter teilgenommen (2023)</p>		<p>Leitbild</p>
---	--	--	--	-----------------

	Angebot von Praktikumsstellen (SchülerInnen und Studierende)			
	E-Learning			

7. Aus RESPEKT vor den Menschen setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Achtung, Einhaltung und Schutz von Menschenrechten	Beachtung der gesetzlichen Grundlagen Strikte Einhaltung des AGG bei Stellenbeschreibung			
Unterbindung jeglicher Form von Diskriminierung (und Korruption)	Keine Duldung jeglicher Art Regulierung Geschenkkannahme Einhaltung gesetzl. Vorgaben bei der Auftragsvergabe Vier-Augen-Prinzip Gleichbehandlung Partner Kontrolle (z.B. Veranstaltungskalender und Soziale Medien) – keine Bewerbung/Vermarktung von politisch-radikaler Veranstaltungen o.ä.	Zusätzliche Unterstützung bei der Integration (Praktikumsstellen für SchülerInnen mit Migrationshintergrund) Umsetzung paritätischer Besetzung bei Personal und Gremien		
Veranstaltungen für „alle“	Kommunikation von barrierefreien, interkulturellen Veranstaltungen			

8. OFFENHEIT ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Kommunikation und Umgang mit Interessengruppen (nach innen und außen)	<p>Offene Kommunikation unter Beachtung der gesetzlichen Vorgaben (u.a. Datenschutz)</p> <p>Partnertreffen (MICE-Partner)</p>			
Wahrheit & Klarheit	<p>Offene Kommunikation (z.B. Fortschrittsbericht, Qualitätsversprechen etc.)</p> <p>Einhaltung der Kriterien der Nationalpark-Partnerschaft</p>			

9. Die freiwillige SELBSTVERPFLICHTUNG zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Offenlegung Unternehmenspolitik	Umfängliche Information von Gremien (Aufsichtsrat, Gesellschafterversammlungen), aber auch Qualität & Leitbild, PR-Arbeit usw.			Leitbild
Verankerung / Verantwortungsgefühl	Verankerung im Unternehmen bereits durch Geschäftsführung, Leitbild und langjährige Nationalpark-Partnerschaft			
Beschwerdemanagement	Aktives Beschwerdemanagement, Philosophie, Ansprechpartner			
Offene Bekenntnisse und Qualitätsversprechen	Nationalpark-Partnerschaft, ServiceQ inkl. TourCert Qualified, Lokal+Sicher buchen, DTV, Fairpflichtet	Langfristige Einhaltung aller erforderlichen Kriterien der Zertifizierung/Auszeichnung, Selbstkontrolle wie Fremdkontrolle		Leitbild

10. Der ‚nachhaltige Unternehmer‘ setzt ANREIZE zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Marktpartner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

Thema	(Ziele &) Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Anreize im Unternehmen	Vorschlagswesen, Gesundheitsvorsorge, Teamrunden, Sensibilisierung Mitarbeiter, z.B. bzgl. Reise-/Fahrtkosten / Einsparpotentiale			
Anreize nach außen	Nachhaltigkeit als Schulungsthema in der E-Learning-Plattform E-Mail-Newsletter mit Informationen/ Veranstaltungshinweisen/Leitfäden/ Förderprogrammen etc. zum Thema Nachhaltigkeit	E-Learning Gäste-Newsletter, Partner-Newsletter, MICE-Newsletter		
Vorreiterrolle	Vorbild sein für andere (Nachhaltigkeit als Querschnittsthema über alle Aufgaben)			

Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

Die TSMH versteht Nachhaltigkeit nicht als Zustand, den man irgendwann erreicht hat, sondern als laufenden Prozess der stetigen Verbesserung des Unternehmens (und der Destination) für eine nachhaltige (= langfristig tragfähige) Entwicklung im Tourismus (bzw. im eigenen Unternehmen) unter Beachtung aller drei Dimensionen (sehr vereinfacht gesprochen: ökologisch im Sinne von umweltverträglich; sozial im Sinne von sozialverträglich und ökonomisch im Sinne von langfristig finanziell tragfähig). Nachhaltigkeit ist ein Querschnittsthema; gerade im Tourismus kann man Nachhaltigkeit nur im Kontext mit anderen Wirtschaftszweigen bearbeiten. Diese Definition und dieser Ansatz ist aktuell Handlungsmaxime der TSMH.

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Tourismus und Stadtmarketing Husum GmbH	01.01.2023-31.12.2023	12.12.2023

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Jutta Albert, Geschäftsführerin	jutta.albert@husum-tourismus.de	04841/8987-0