

# 10 JAHRE GRÜN UNTERWEGS



**Green Facts**  
**Jubiläumsausgabe**

2013 - 2023

# Inhalt

Ein Handschlag bringt den Stein ins Rollen... S. 04

Veränderung beginnt mit Hinterfragen - von Schnittblumen bis Küchengeräten... S. 06

Transformation ist nicht planbar, macht aber viel Spaß... S. 08

Zusammen ist man weniger allein... S. 10

10 Jahre #grünunterwegs und über 500 Maßnahmen später... S. 12

Drei Fragen an... S. 14

Wir sind ein kleiner Teil vom großen Ganzen... S. 16

Unser Nachhaltigkeits-Alphabet... S. 18

CO<sub>2</sub>-Bilanz 2021... S. 20

Unser NEW NORMAL ist grün... S. 26

Empathie statt Hierarchie... S. 28

Ausgezeichnet miteinander statt gegeneinander... S. 30

Von Bienen, Büffeln und Bohnengold... S. 32

Kontakt und Impressum... S. 35

# 10 Jahre #grünunterwegs – bunt, vielfältig und aufregend

In diesem Jahr sind wir bereits seit einem Jahrzehnt **#grünunterwegs** und feiern gleichzeitig auch 15 Jahre ATLANTIC Hotel Sail City in Bremerhaven. Der 2013 begonnene green transformation-Prozess ist eine Gemeinschaftsleistung unseres hochmotivierten Teams, eines engagierten Netzwerkes und kompetenter Berater:innen. Von Beginn an haben wir dabei Ökologie, Ökonomie und Soziales gleichwertig betrachtet, tagtäglich unser Handeln und Themenfelder von Abfallvermeidung bis Zertifikate immer wieder hinterfragt.

Wir sind überzeugt davon, dass ein wesentlicher Teil unserer Erfolgsgeschichte aus unserer Reflektiertheit und der damit verbundenen Wandlungsfähigkeit resultiert. Stets aufgeschlossen für Neues, wagen wir uns immer wieder an wichtige Klimaschutzthemen, maßgeschneiderte Weiterentwicklungsangebote oder Trainingsmethoden und innovative Projekte heran. Das macht uns sowohl als individuelle Persönlichkeiten als auch als Wirtschaftsunternehmen spürbar resilienter. Wir sind erkennbar durch das, wofür wir stehen: seit 10 Jahren sind wir auf allen Ebenen **#grünunterwegs** - das zeichnet uns aus!

Apropos Auszeichnungen: Das vergangene Jahr hatte es in der Beziehung in sich, besonders gefreut haben wir uns über den 1. Platz in der Kategorie Nachhaltigkeit bei der Verleihung des Bremer Landestourismuspreises. Die Jury würdigte unseren gesammelten Erfahrungsschatz aus 10 Jahren **#grünunterwegs**, die Bereitschaft, Wissen zu teilen und unsere Vorreiterrolle, die wir sowohl in der Bremerhavener Hotellerie als auch weit darüberhinaus einnehmen.

Gleich zwei 1. Plätze belegte die neue Verbundausbildung meerzukunft<sup>3</sup>: Mit dem Hotel THE LIBERTY und im-jaich Boardinghouse sind wir im letzten Jahr gestartet, um

das Arbeiten in unserer Branche gemeinsam wieder attraktiver zu machen. Auch davon erzählen wir Ihnen in dieser Ausgabe und sind dankbar, dass wir uns mit diesem innovativen Ausbildungsangebot noch einmal deutlich weiterentwickeln können.

Mein persönlicher Dank gilt an dieser Stelle unseren Mitarbeitenden: Einige begehen in diesem Jahr 10 Jahre Jubiläum, andere sind bereits 15 Jahre - und damit seit der Eröffnung unseres Hotels - an Bord. Ohne dieses tolle, erfahrene Team wären wir nicht zu dem strahlenden Branchenleuchtturm geworden, der wir heute sind! Und auch unsere „Jüngsten“, die Auszubildenden, machen mich stolz: in Eigeninitiative haben sie sich im Sommer 2022 auf den Weg gemacht, um ihren ATLANTIC-Kolleg:innen in Münster von unserer Nachhaltigkeitsstrategie **#grünunterwegs** zu berichten. Sie sind für mich die zukünftigen Vorbilder!

Allen anderen, die mit uns zum Teil auch schon seit 10 Jahren auf vielfältige Weise **#grünunterwegs** sind, danke ich für das Vertrauen, unzählige gute Ideen, inspirierenden Austausch und gemeinsame Projekte. Nach wie vor bin ich fest davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit ansteckend ist und wir mit unseren Taten für morgen auf dem einzig richtigen Weg in eine enkeltaugliche Zukunft sind.

*Kommen Sie mit!?*

*Herzlich,*



*Ihr Tim Oberdieck, Hoteldirektor*



2010: Klimaversprechen



**Ein Handschlag  
bringt den Stein ins Rollen**



## „Hand in Hand. Für morgen.“

Bereits 2010, noch drei Jahre vor dem eigentlichen Beginn unseres green transformation-Prozesses, waren wir eines von drei Bremerhavener Unternehmen, darunter auch der Lebensmittelkonzern Frosta und eine Holzhandlung, die einen Generationenvertrag mit Schüler:innen geschlossen haben. Darin ging es darum, konkrete Einsparziele zu definieren und dadurch Beiträge zum Klimaschutz zu leisten. 2011 kamen die Schüler:innen der Astrid-Lindgren-Schule wieder, um das Einhalten der vereinbarten Ziele im Rahmen unseres Klimaversprechens zu überwachen.

„Auf sein Wort ist Verlass“ schrieb seinerzeit die AHGZ über Tim Oberdieck und berichtete über die von der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens initiierte Aktion. In der parallel erschienenen Pressemitteilung hieß es: „Das ATLANTIC Hotel Sail City stellte sich als erstes den kleinen Kontrolleur:innen – mit Erfolg. Hoteldirektor Tim Oberdieck hat sein Versprechen gehalten. Seit dem Treffen im vergangenen Jahr werden die Hotelzimmer erst mit Heizenergie versorgt, wenn der Gast an der Rezeption eincheckt. Die Steuerung erfolgt über ein Computersystem. Dieses stellt allerdings auch sicher, dass die Temperatur in den Zimmern nie unter 16 Grad abfällt. ‚Das neue System ist super. Wir sparen dadurch Energie und schonen außerdem das Klima. Bisher hat sich keiner unserer Gäste über zu kalte Hotelzimmer beschwert‘, sagte Oberdieck. Auch Klassenlehrerin Barbara Thieß zeigte sich begeistert: ‚Mit dem Auftakt der Aktion im vergangenen Jahr hat sich das Interesse der Schüler:innen am Thema Klimaschutz deutlich erhöht. Heute konnte das Hotel beweisen, dass es sein Versprechen eingehalten hat. Unseren Schüler:innen hat ‚Hand in Hand‘ viel Spaß gemacht‘, so Thieß weiter.“



2013: Start green transformation

## Veränderung beginnt mit Hinterfragen – von Schnittblumen bis Küchengeräten

Wie gelingt es, dass Klimaschutz in Unternehmen völlig selbstverständlich wird, um die europäischen Klimaschutzziele zu erreichen? Diese Frage trieb auch die gemeinnützige Klimaschutzagentur energiekonsens vor über einem Jahrzehnt um. 2011 wurde das Förderprojekt „green transformation - Grüne Managementkompetenz für zukunftsfähige Unternehmen“ dann ein Pilotprojekt innerhalb der Nationalen Klimaschutzinitiative der Bundesregierung.

Wir wurden als Modellunternehmen ausgewählt, um Vorbild für andere Betriebe zu werden. Im Zuge unserer green transformation haben wir einen selbstgesteckten Maßnahmenfahrplan umgesetzt, dazu gehörten unter anderem die jährliche Erstellung des CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes, die Einführung einer Selbstbewertung für

Lieferant:innen, der Ausbau des regionalen Einkaufs oder eine regelmäßige Berichterstattung. Die Begleitung durch energiekonsens umfasste dabei sowohl eine fundierte Beratung als auch finanzielle Unterstützung.

Als unser Veränderungsprozess Fahrt aufnahm, tauchten fast täglich neue Ideen auf, um kostbare Ressourcen zu sparen - peu à peu machte sich im gesamten Team eine Kultur des Hinterfragens bemerkbar. Zu unseren Aufgaben in den ersten drei Jahren des Förderprojektes gehörte auch, ein Online-Tagebuch zu führen. In den Auszügen von Tim Oberdieck, Anja Wagner und Dennis Micknaß lässt sich die Lust auf Veränderung, die Fülle der Fragestellungen und der Respekt vor der Größe der Aufgabe insgesamt erahnen...

27.09.13 Tim Oberdieck: Erstes Modul der klima:akademie green transformation

*„Nach eineinhalb Tagen realistischer und kritischer Betrachtung des Themas Klimaschutz bin ich begeistert und motiviert von dem Vortrag von Herrn Prof. Dr. Schneidewind vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie. Er machte uns klar, dass wir keine Zeit mehr für Diskussionen, wer Schuld hat, haben, sondern endlich anfangen sollten, Verantwortung und Vorbildfunktion zu übernehmen. Als ich den Seminarraum verlasse und in die Abendsonne trete, bin ich davon überzeugt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“*

+++

25.10.13 Tim Oberdieck: Zweites Modul der klima:akademie „Climate Change Agents“

*„Hier hat eine tolle großartige Gruppe die letzten zwei Tage intensiv gearbeitet. Unter allen ausgearbeiteten Inhalten ist es sehr schwierig, Prioritäten zu setzen. Wer erfolgreich sein möchte bei Veränderungsprozessen, muss ein Vorbild für andere sein, motivieren, befähigen und anstoßen. Das nehme ich dieses Mal mit und sehe hier meine neue Herausforderung.“*

+++

06.12.13 Anja Wagner: CO<sub>2</sub> pro Kopf

*„Ich habe gestern herausgefunden, wie viel CO<sub>2</sub> der Durchschnittsdeutsche ausstößt und versuche noch immer ehrlich einzuschätzen, wie mehr oder weniger deutlich ich selbst darüber liege. Im Kopf bleibt mir der Vortrag von Nele Glienke, Mitarbeiterin des Energie- und CO<sub>2</sub>-Management der EWE AG, vom letzten Modul der energiekonsens klima:akademie. Dass ein touristisches Unternehmen und eine Urlaubsdestination in Norddeutschland bereits ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ermittelt haben, gibt mir die Ruhe, dass wir nicht alleine unter Dienstleister:innen sind, die sich auf einen CO<sub>2</sub>-bewussten Weg gemacht haben.“*

26.12.2014 / Tim Oberdieck

*„Wir haben unser Versprechen gehalten und – wie am 28.03.2014 hier im Online-Tagebuch berichtet – für die Küche einen neuen Hi-Light Salamander Grill angeschafft. Klasse, dass unser Küchenchef Dominik Flettner hartnäckig an der Anschaffung festgehalten und auf andere Anschaffungen vorerst verzichtet hat. Somit konnten die täglichen ca. 10 Betriebsstunden auf ca. 1 Stunde reduziert werden. Ein Erfolg, der sich schnell messen lässt und gleichzeitig die erste Maßnahme aus unserem Maßnahmenkatalog des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks ist.“*

+++

06.02.2014 / Dennis Micknaß

*„Produktintegration: der Markt der Zukunft ist grün!“*

*„Mit diesem Thema im Gepäck, fuhr ich zum vierten Modul der klima:akademie. Schon früh im Seminar wurde deutlich, dass Produkte auf umwelt- und sozialverträgliche Faktoren geprüft werden müssen. Unser Produkt ist die Dienstleistung in der Hotellerie – und somit unsere größte Herausforderung! Im Austausch mit den anderen Teilnehmer:innen aus der Industriebranche fehlte mir die „Übersetzung“ für mich als Dienstleister. Aber genau aus diesem Grund haben wir uns ja bewusst für die green transformation entschieden, oder?“*

+++

15.01.2015 / Anja Wagner

*„Wow, das Green Team kommt zügig ins Rollen! Heute wurde mir das Potential unserer Runde absolut bewusst. Aus dem Anstoß unseres Restaurant-Teams vor vier Wochen, unseren aktuellen Einsatz von Schnittblumen zu hinterfragen, konnten wir eine konkrete Aufgabe formulieren. Für unser Green Team gab es heute bereits die Auswertung eines konstruktiven und guten Gespräches mit unserer lokalen Floristin. Beeindruckt hat mich das Engagement unserer Kollegin für die Sache und die Idee, die aus ihrem Restaurant-Team in Eigeninitiative entstanden ist... Und auf dem heutigen Protokoll sind weitere 10 Themen erfasst, für die wir im Februar als Green Team bereits wieder zusammenkommen!“*

Mehr Informationen und das gesamte Online-Tagebuch finden Sie hier:

[https://www.green-transformation.net/Atlantic\\_Hotel\\_Sail\\_City.html](https://www.green-transformation.net/Atlantic_Hotel_Sail_City.html)



# Transformation ist nicht planbar, macht aber viel Spaß

Die Abschlussevaluation unseres green transformation-Prozesses 2015 zeigte deutlich auf, was für ein bunter Strauß vor uns lag, die Aufgabenstellungen waren vielfältig und wir ahnten nicht im Ansatz, was die folgenden Jahre mit sich bringen würden. Am Wegesrand lauerten ständig neue Klimaschutzthemen, von jedem Netzwerktreffen oder Camp brachten die Mitarbeiter:innen spannende Ideen mit. Inzwischen fällt es zunehmend schwer, ausschließlich in den drei Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales zu denken. Denn die Erfahrung der letzten 10 Jahre hat uns gezeigt, dass es der ganzheitliche Ansatz ist, der für unseren Transformationsprozess entscheidend war und bleibt.

Alle Maßnahmen, die wir im Zuge von **#grünunterwegs** ergriffen haben, sollten ökonomisch jederzeit transparent darstellbar sein. Von Beginn an waren alle Neuanschaffungen effizienter – aber oft

teurerer – Geräte, die Umstellung auf andere Reinigungsmethoden oder Cradle to Cradle-Hygienepapier – immer komplett durchgerechnet, konnten somit auch bis ins kleinste Detail begründet werden. Diese Prozesse erforderten Geduld, eine Amortisierung dauerte manchmal länger, hat sich aber in allen Fällen bezahlt gemacht. Für uns steht beim Punkt Energieeffizienz im Fokus, dass wir uns laufend über innovative Technik und sparsamere Geräte informieren, um vorausschauend investieren zu können.

Ökologisch war und ist die Reduktion von CO<sub>2</sub>, wo es nur geht, der Treiber in unserem Transformationsprozess. Als Teil einer Hotelkooperation können wir vielleicht nicht immer alles frei entscheiden bei zum Teil zentral gesteuerten Einkaufsprozessen oder beim gründlichen Durchleuchten von Lieferketten. Aber inzwischen gibt







**Zusammen ist man weniger allein**

Netzwerken, Kooperieren, Initiieren: Wir sind vielfältig **#grünunterwegs**, werden beraten und unterstützt. Gleichzeitig teilen wir unser Wissen, wo es nur geht, bringen uns in vielfältigen Zusammenhängen aktiv ein. Sei es im Netzwerk Schule, Wirtschaft, Wissenschaft, in der Partnerschaft Umwelt Unternehmen Bremen, bei B.A.U.M. e.V., im Landesausschuss für Berufliche Bildung, in den Prüfungsausschüssen der Handelskammer Bremen - IHK für Bremen und Bremerhaven oder auch als Speaker:innen bei Veranstaltungen in Bremerhaven und zunehmend auch bundesweit. Ohne die zuverlässige Begleitung durch die gemeinnützige Klimaschutzagentur energiekonsens und die BEKS, den Austausch mit der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven, der Handelskammer, den Träger:innen von Aus- und Weiterbildungsinstitutionen, Schulen und vielen anderen in Bremerhaven und Bremen wäre in den letzten 10 Jahren vieles, was heute zu unserem Erfolg beiträgt, nicht umsetzbar gewesen. Dafür sagen wir Danke!

Mit Dankbarkeit erfüllt uns auch der 1. Preis bei der Verleihung des Tourismuspreises Bremen und Bremerhaven in der Kategorie Nachhaltigkeit. Zum ersten Mal hatte die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, Kristina Vogt, gemeinsam mit der WFB Wirtschaftsförderung Bremen und der Erlebnis Bremerhaven diese Auszeichnung im November 2022 verliehen.

Die Freude über den Preis bedeutete für unseren Hoteldirektor Tim Oberdieck, der diesen mit Sandra Tschardtke und Dennis Micknaß stellvertretend für das ganze Team entgegennahm, ein kurzes Innehalten, ist aber kein Grund, sich darauf auszuruhen. „Verantwortungsvolles Wirtschaften im Sinne des Klimaschutzes muss auch im Tourismus oberste Priorität bekommen, das erfordert ständige Reflexion und immer neue, mutige Ideen. In unserem Hotel, in Bremerhaven, in der Region und darüber hinaus.“



# 10 Jahre #grünunterwegs und über 500 Maßnahmen später

Wo Genuss groß geschrieben und viel gefeiert wird, knallen oft die Korken. Auch bei uns im Hotel- und Restaurantbetrieb, bei Tagungen und Events im Conference Center oder privaten Veranstaltungen in der Captain's Lounge. Das Sammeln von zig Tausenden Kronkorken ist nur eine von über 500 Maßnahmen, die wir in den letzten 10 Jahren umgesetzt haben, um Energieverbräuche zu senken, unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren, kostbare Ressourcen zu schonen und Lebensmittel oder Wertstoffe nicht zu verschwenden.

Kronkorken haben einen Durchmesser von knapp 30 mm, wiegen nicht einmal zwei Gramm und fallen in fast jedem Haushalt oder Unternehmen an. Meistens landen die kleinen Blechstücke bedenkenlos direkt im Müll. Doch Kronkorken einfach wegschmeißen? Das käme für Ingo Petermeier aus Wadersloh-Liesborn nicht infrage: Seit 2012 sammelt er die kleinen kreisrunden Kronkorken in seiner Freizeit für den guten Zweck. Einmal pro Jahr werden die gesammelten Werke zum Wertstoffhändler gebracht und der Erlös 1:1 der „Patientenhilfe Darmkrebs“ gespendet. Initiativen wie diese unterstützen wir sehr gern!

Wer mitmachen möchte, findet weitere Informationen auf:

[www.kronkorkensammelaktion.de](http://www.kronkorkensammelaktion.de)





Martin Balas



## 3 Fragen an...

Martin Balas betreibt Nachhaltigkeitsforschung, ist Entrepreneur und Spezialist für nachhaltigen Tourismus, Nachhaltigkeitsstandards, Zertifizierungen und insbesondere nachhaltige Destinationsentwicklung in Deutschland und Europa. National und international hat er mehr als 50 Nachhaltigkeitsprojekte auf allen Akteursebenen umgesetzt. Balas engagiert sich unter anderem als Vorstand beim europäischen Nachhaltigkeitsnetzwerk ECOTRANS e.V. und in Konsultationsrunden der EU-Kommission. Er baute die deutsche Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele auf, die er bis Oktober

2021 leitete. Für die Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde forscht Balas zu regionalökonomischen Effekten des Tourismus und Messbarkeit von Nachhaltigkeit im Tourismus. Er ist Koautor wissenschaftlicher Publikationen und Fachbücher, wie zum Beispiel „Nachhaltiger Tourismus“ oder „CSR im Tourismus“. Derzeit promoviert er am Biosphere Reserves Institute der HNE-Eberswalde sowie der Fakultät Nachhaltigkeitswissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg.

## Frage 1

Sie beschäftigen sich mit Nachhaltigkeitsmanagement, sind Experte in Sachen Labels und Siegel. Wir haben inzwischen das Gefühl, in der Beziehung den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen zu können. Wie können wir uns zukünftig in diesem Zertifizierungsdschungel zu recht finden, Stichwort Greenwashing?

## Frage 2

Gibt es bereits belastbare Zahlen oder Untersuchungen darüber, ob sich das Buchungsverhalten – sowohl im Bereich Leisure, also Freizeittourismus, als auch bei Business- und Tagungsreisen – durch nachhaltige Zertifizierungen steigern lässt?

## Frage 3

Ein Schwerpunktthema dieser GREEN FACTS ist Reflexion. Wir sind 10 Jahre #grünunterwegs, überdenken tagtäglich unseren Konsum, unsere Energieverbräuche und unser Handeln insgesamt. Sollten wir zukünftig vielleicht lieber auf Siegel verzichten und Nachhaltigkeit einfach weiter konsequent (vor)leben?

*„Es gibt eindeutig zu viele Labels – in Deutschland allein ungefähr 35 Siegel für nachhaltigen Tourismus. Davon sind einige Zertifizierungen, die keinen hohen inhaltlichen Anspruch bei den Kriterien haben; vor allem aber mangelt es an hochwertigen Überprüfungsmechanismen für zertifizierte Betriebe – oft reicht eine Selbstauskunft, die nicht vor Ort überprüft wird. Das schafft neben dem Zertifizierungsdschungel auch Raum für Greenwashing. Ich kann hier wirklich nur jedem Betrieb davon abraten, solche Labels zu nutzen, denn Gäste merken sehr schnell, ob die gemachten Versprechungen auch vor Ort eingehalten werden oder nicht.*

*Insgesamt bin ich der Meinung, dass Unternehmen ohne große Anstrengungen ein geeignetes Label finden sollten. Unterstützung liefert der „Wegweiser durch den Zertifizierungsdschungel“, der kostenfrei online verfügbar ist. Da wird klar dargestellt, welche Siegel vertrauenswürdig sind. Die Plattform „Label Online“ gibt auch eine sehr gute Übersicht zur Qualität von Zertifizierungen. Und auf Bundesebene wird gerade über eine Initiative diskutiert, die eine Art Qualitätsdach für sämtliche Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus aufbauen möchte, um insgesamt mehr Transparenz und Qualität bei den Siegeln zu schaffen.“*

*„Solche Effekte lassen sich nicht so schnell erreichen, und das hat auch seine Gründe: Bei Zertifizierungen geht es ja eben nicht um schnell gesteigerte Buchungszahlen, sondern um ein besseres zukunftsgerichtetes Wirtschaften der Betriebe selbst. Also, Zertifizierungen helfen Kosten zu senken, effizienter zu wirtschaften, bessere Entscheidungen bei Lieferanten zu treffen, zufriedene Mitarbeitende zu haben und insgesamt nachhaltigere – also auch hochwertigere – Leistungen anzubieten. Mit niedrigeren Kosten, besseren Produkten (z.B. in der Küche) und motivierteren Kolleg:innen sind die betrieblichen Erfolgchancen insgesamt höher. Das äußert sich dann auch wieder in neuen Zielgruppen, die erreicht werden können, also letztlich dann doch in einem gestiegenen Buchungsverhalten. Das sind aber mittel- bis langfristige Prozesse und keine schnellen Maßnahmen zur Kundenakquise. Bei Business-Reisen ist das mittlerweile etwas anders: Hier geht es auch immer mehr darum, dass Zertifizierungen als Voraussetzung für Buchungen gesehen werden; nicht-zertifizierte Hotels verlieren also generell Zugänge zu Business-Kunden.“*

*„Beides ist wichtig. Siegel ersetzen nicht ein eigenverantwortliches und zukunftsgerichtetes Handeln eines Unternehmens, das wäre auch zu viel verlangt. Aber sie geben einen Rahmen vor, sind eine Richtschnur für Notwendigkeiten, die auch international anerkannt sind. Und sie geben Orientierung für Kunden. Das zeigen auch Befragungen: Gäste wollen sich sicher sein, dass die Angaben zur Nachhaltigkeit auch wirklich stimmen und sie haben ehrlich gesagt auch keine Lust, sich damit intensiv auseinanderzusetzen. Sie wollen eine passende und gute Dienstleistung, die im optimalen Fall auch noch gut für Mensch und Umwelt ist. Daher vertrauen sie Siegeln, die ihnen die Recherchearbeit abnehmen und generell Sicherheit geben, dass die Angaben stimmen. Ist das nicht der Fall, wirkt sich das negativ auf das Siegel und den Betrieb aus. Deshalb ist es eben auch so wichtig, dass die Labels einen Anspruch haben, dass Betriebe ihr nachhaltiges Handeln auch nachweislich umsetzen.“*

Die Fragen stellte Tim Oberdieck, Hoteldirektor

# Wir sind ein kleiner Teil vom großen Ganzen



2014: Die Bienen ziehen auf das Conference Center





Mit der Ausrichtung **#grünunterwegs** verankern wir im ATLANTIC Hotel Sail City unseren Anspruch auf nachhaltiges Handeln in allen Bereichen fest in der Firmenphilosophie. Vom Vier-Sterne-Hotelbetrieb mit 120 Zimmern über das Panoramarestaurant STROM bis hin zum Veranstaltungsbereich im Conference Center gestalten wir ökologisches, ökonomisches und soziales Wirtschaften in einem dynamischen Prozess. Denn auch mit der Ausrichtung nachhaltiger Veranstaltungen helfen wir unseren Tagungsgästen, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck ihrer Events so gering wie möglich zu halten.

Im Zuge von **#grünunterwegs** bekennen wir uns zu den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung, kurz SDGs (englisch Sustainable Development Goals), gehen damit verstärkt in den Dialog nach Außen, um die SDGs ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Acht globale Ziele, die in der Abbildung links farblich markiert sind, erfüllt unser Team bereits in der täglichen Arbeit mit Leben, weitere werden folgen. Denn inzwischen ist seit Beginn der Auseinandersetzung mit den SDGs einige Zeit vergangen und wir werden den Prozess intensiv fortführen.

Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung wurde mit breiter Beteiligung der Zivilgesellschaft in aller Welt entwickelt und 2015 auf einem Gipfel der Vereinten Nationen von allen Mitgliedsstaaten unterzeichnet. Ziel ist die Transformation hin zu einer Welt, in der alle Menschen ökologisch verträglich, sozial gerecht und wirtschaftlich leistungsfähig handeln. Kernstück der Agenda sind die 17 SDGs, die alle drei Säulen der Nachhaltigkeit gleichermaßen beinhalten.

Mehr zu unserem Engagement im Rahmen der SDGs finden Sie hier:

[www.gruenunterwegs.de](http://www.gruenunterwegs.de)

# Unser Nachhaltigkeits- Alphabet

Wir sind  
von A bis Z  
#grünunterwegs!

Nachhaltig zu wirtschaften und zu handeln, ist für uns eine Frage der Haltung und bedeutet die Umsetzung unzähliger konkreter Maßnahmen. Dabei reicht das Themenspektrum von A wie Abfallvermeidung bis Z wie Zertifikate.

Sie interessieren sich für unsere vielfältigen Themen? Treten Sie mit uns in den Dialog, wir freuen uns darauf, unser Wissen mit Ihnen zu teilen!

[gruenunterwegs@atlantic-hotels.de](mailto:gruenunterwegs@atlantic-hotels.de)

**A** Abfallvermeidung  
Apfelbaumpatenschaften im Alten Land  
Ausstellung im Conference Center  
Ausgezeichnet Familienfreundlich

**B** B.A.U.M. e.V.  
Blauer Engel (energieeffiziente Drucker, ...)  
Bienenstöcke  
Betriebliches Gesundheitsmanagement  
Buttermaschine

**C** Cambio car-sharing  
CO<sub>2</sub>-Fußabdruck  
Charta der Vielfalt

**D** Dampfreiniger (Badezimmerreinigung)  
Dachbegrünung  
Dialog  
DB Veranstaltungsticket  
Drucksachen / Recycling  
digitaler Zeitungskiosk  
digitaler Rechnungseingang

**E** Energie-Scouts  
E-Tankstellen  
E-Auto

**F** Frühstück verpackungsneutral  
Fahrradkurier  
Fairtrade  
FSC-Zertifizierung

**G** Grün gewinnt  
#grünunterwegs  
Grüner Service  
Green Facts  
GreenSign Zertifizierung

**H** Hausgemachtes  
Handschlag Schulklasse  
Handtuchwechsel  
Hygienepapier Cradle to Cradle

**I** Ideenbox Impuls:  
green transformation

**J** Ja zu Klimaschutz

**K** Korken sammeln  
Klimastadtbotschafterinnen  
Klimafreundliche Gerichte  
Kleine Frühstücksbrötchen

**L** LED Lampen  
Lebensmittelverschwendung  
Lieferanten

**M** Mobilität  
Mitarbeiterteams  
Mülltrennung  
Maxi- statt Minibar  
meerzukunft<sup>3</sup>  
mitKids Bremerhaven (Ehlerding-Stiftung)

Nichtraucherhotel  
Nudges (Licht aus, klimaneutrale Gerichte)  
Nutellaspender

N  
O

Ohne Plastik:  
Bleistifte statt  
Kugelschreiber

Partnerschaft Umwelt Unternehmen –  
im Lande Bremen  
Pancake-Maschine  
Perlatores  
Probiotische Zimmerreinigung

P  
Q

Qualitätsmanagement  
Qualität statt Masse  
(z.B. Verfügbarkeit Wasserbüffel)

Resteessen  
Regio-Shop  
Regionale Speisekarte  
Reflexion

R  
S

SDGs  
Sail FIT Team  
Supervision  
Seifenspender  
Seed Bombs  
smile training  
Städtimker

TEAMCamp

T  
U

United Against Waste  
Upcycling

Veränderung  
Verantwortung  
Verbundausbildung  
Vorbild

V  
W

Wasserspar-Duschköpfe  
Westerlies  
Wissen teilen (Netzwerke, Kochkurse, Vorträge,  
interne Workshops für MA, Grüne Hausführung...)  
Wollschwein  
Wasserbüffel

X-Crossover: Zukunft der  
Veranstaltungsbranche  
Online, Hybrid, Live

X  
Y

Yes we can ;-)

Y  
Z

Zertifikate  
(Gesicherte Nachhaltigkeit, Ausgezeichnet Familien-  
freundlich, MSC, Rainforest Alliance, Bio, Blauer Engel...)  
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)



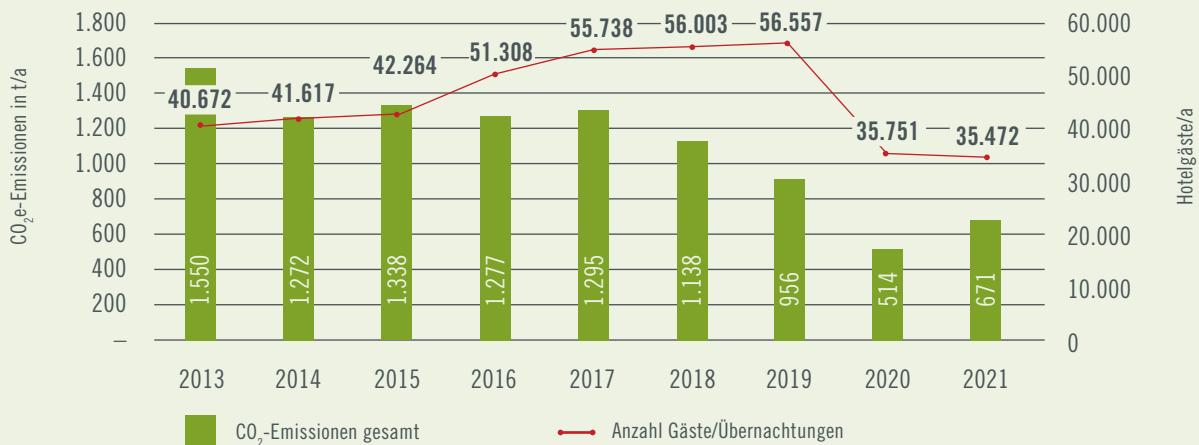
# CO<sub>2</sub>-Bilanz 2021

## Wie alles begann...

Unsere erste Energie- und CO<sub>2</sub>-Bilanz haben wir im Jahr 2013 erstellen lassen. Vordergründiges Ziel war es damals, einen Überblick über unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu erhalten. Wir wollten wissen, wo Emissionen entstehen, wo sich vermeidbare Emissionen verstecken und wie wir gegensteuern können.

Im nächsten Schritt gelang es uns, Jahr für Jahr unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck durch Umsetzung geeigneter Klimaschutz- und Effizienzmaßnahmen zu verringern. Von anfangs 1.550 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten\* (CO<sub>2</sub>e) in 2013 konnten wir die durch den Hotelbetrieb verursachten Emissionen um knapp 38% auf 956 Tonnen CO<sub>2</sub>e in 2019 verringern. Das war ein toller Erfolg der unsere langfristig wirkenden Klimaschutz-Investitionen bestätigte, die die Emissionen im Zeitverlauf dauerhaft senkten. Dann kam Corona mit völlig veränderten Rahmenbedingungen. Und trotzdem gelang es uns 2021, den spezifischen CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck mit 18,9 kg pro Gast auf einem guten Level zu halten.

## Entwicklung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdrucks ATLANTIC Hotel Sail City



\*Die Einheit CO<sub>2</sub>-Äquivalent (CO<sub>2</sub>e, e für equivalent) wird genutzt, um die Klimawirkung verschiedener Treibhausgase zu vergleichen. Denn die verschiedenen klimaschädlichen Gase tragen in einem bestimmten Zeitraum unterschiedlich stark zum Treibhauseffekt bei. Methan wirkt beispielsweise 21-mal stärker als Kohlenstoffdioxid. Eine Tonne Methan entspricht somit 21 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente.

# Pandemie & Klimaschutz – 2021 ohne Ökostrom

Im Verlauf der Treibhausgas-Emissionen gegenüber der Gästeanzahl erkennt man deutlich den Lockdown, von dem wir als Hotel betroffen waren:

**Pandemiebedingte Besonderheiten auf einen Blick:**

- *Lockdown:*
  - 9,5 Wochen Hotellschließung im Frühjahr 2020 + zum Jahreswechsel 1,5 Wochen
  - 2,5 Wochen Hotellschließung zu Jahresbeginn 2021
- Restaurant-/Küchenbetrieb weit über Lockdown hinaus geschlossen aufgrund strenger Verordnungen
- 2020 deutlich stärker von den Einschränkungen betroffen
- energetisch deutlich relevante Bereiche (Küchenbetrieb und Restaurant)

Auf die gravierend veränderten Rahmenbedingungen mussten wir reagieren – die Hotellerie, Gastronomie- und Veranstaltungsbranche lag pandemiebedingt lange Zeit brach. Ohne Sicherheit oder Ausblick darauf, wie und wann es weitergeht, mussten wir akzeptieren, dass auch CO<sub>2</sub>-verstärkende Entscheidungen zugunsten der Wirtschaftlichkeit getroffen wurden. Andere Kostenstrukturen machten erforderlich, dass sich auf Gesamt-Unternehmensebene ab 2021 zunächst gegen den teureren Bezug von Ökostrom entschieden wurde. Der deutlich höhere Preis für erneuerbare Energien hat im

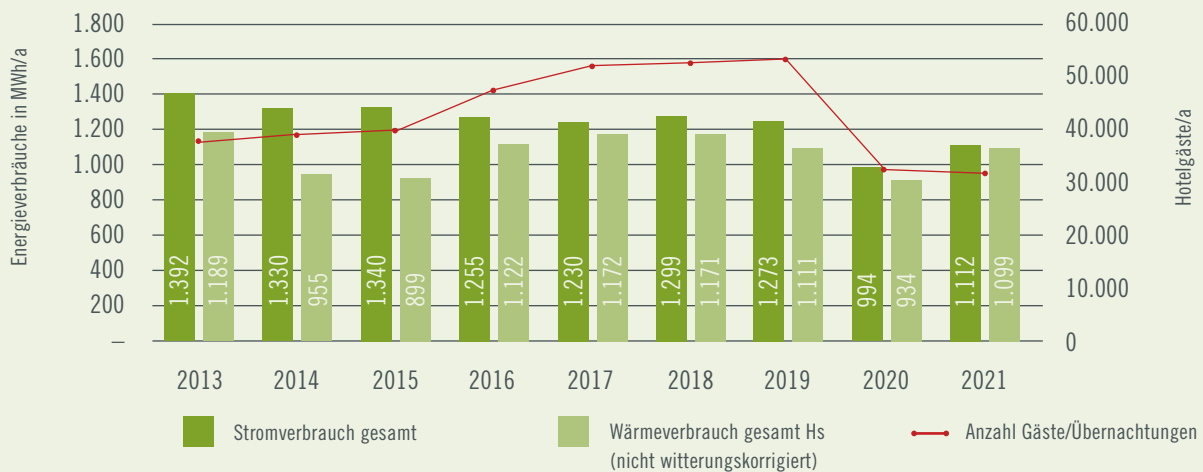
Hinblick auf unsere Energieverbräuche enorme Auswirkungen. Die Grundlast für uns als 24h-Hotelbetrieb ist hoch. Sobald das Hotel geöffnet wird, fällt diese an – ganz unabhängig davon, wie viele Gäste tatsächlich bei uns einchecken. Unser Tagesgeschäft jedoch blieb lange beeinträchtigt und durch Verordnungen stark reguliert.

Unter anderem auch, um Mitarbeiter:innen halten zu können, wurde jeder Euro an Kosten an anderer Stelle hinterfragt. CO<sub>2</sub>-bilanziell bedeutete dies eine Verschlechterung. Dennoch war es eine erforderliche Maßnahme im Krisenmanagement, über die wir ehrlich berichten wollen. Und die uns perspektivisch nicht davon abbringt, zukünftig wieder eine Entscheidung pro Ökostrom zu treffen! Hätten wir 2021 noch Ökostrom bezogen, hätten sich unsere CO<sub>2</sub>e Emissionen bilanziell verringert auf 174t/a.

Auch unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz haben wir deutlich später erstellt, dafür jedoch direkt mit Blick auf beide von der Pandemie betroffenen Jahre. Der Hauptunterschied ist erkennbar in den Energieverbräuchen, die aufzeigen, dass der Hotelbetrieb im Jahr 2021 bereits wieder geschäftiger war als im Pandemiebeginn 2020.

Perspektivisch wollen wir den spezifischen CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck pro Hotelgast natürlich weiter reduzieren. Daher blicken wir gespannt auf die CO<sub>2</sub>e-Bilanz für das Jahr 2022, die wir bereits im Hintergrund vorbereiten. Da wir davon ausgehen, ein erstes relevantes Vergleichsjahr zu 2019 als Vor-Coronajahr zu betrachten.

## Entwicklung Energieverbräuche ATLANTIC Hotel Sail City



# Direkte und indirekte Emissionen

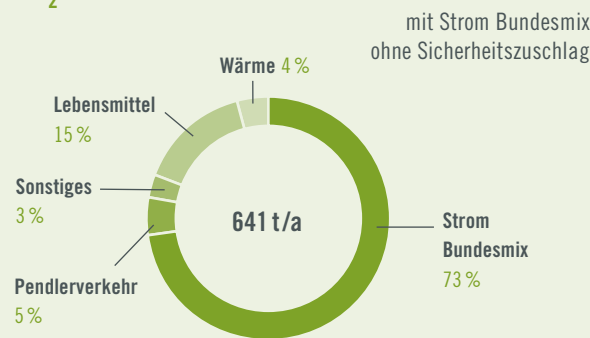
Bei der Bilanzierung von Treibhausgasemissionen (THG) unterscheidet man in direkte und indirekte Emissionen und teilt diese in drei Bereiche, die so genannten „Scopes“:

**Scope 1:** direkte Emissionen durch eigene Anlagen oder Gebäude, z.B. durch Verbrennung von Erdgas oder Heizöl in Heizkesseln oder auch Kraftstoffverbräuche in eigenen Fahrzeugen

**Scope 2:** indirekte, energiebedingte Treibhausgasemissionen, z.B. der Bezug von Strom

**Scope 3:** alle weiteren indirekten THG-Emissionen, z.B. Emissionen im Bereich Beschaffung (Materialien, Lebensmittel etc.) oder Mobilität (Arbeitswege, Dienstreisen), Entsorgung etc. und Vorketten energiebedingter Emissionen (z.B. für den Transport von Kraftstoffen)

## CO<sub>2</sub>e-Emissionen 2021 ATLANTIC Hotel Sail City



## Was wir geschafft haben...

Unsere direkten Emissionen aus Scope 1 konnten wir durch investive Maßnahmen, wie zum Beispiel durch den Austausch ineffizienter Geräte in der Küche oder der Anpassung und Optimierung der Heizungs-, Klima- und Lüftungstechnik etc. in den ersten Jahren schnell deutlich verringern. Heute bleiben wir kontinuierlich dabei, unsere Energieverbräuche zu kontrollieren und weiter zu reduzieren, wo sich Einsparpotenziale ergeben.

Die Scope 2-Emissionen, das heißt der externe Strombezug beim örtlichen Energieversorger, wurden 2015 - 2020 durch den Umstieg auf Strom aus erneuerbaren Energien auf rein rechnerisch nahezu Null reduziert. Um dem so genannten „Greenwashing“ entgegenzuwirken, war uns aber immer wichtig, die Emissionen, die durch konventionellen Strombezug entstanden wären, zusätzlich zu kommunizieren (Dual Reporting). Und natürlich zu allererst durch Vermeidung unnötiger Stromverbräuche (z.B. Licht aus) und durch Effizienzmaßnahmen (z.B. Einbau LED) zu verringern.

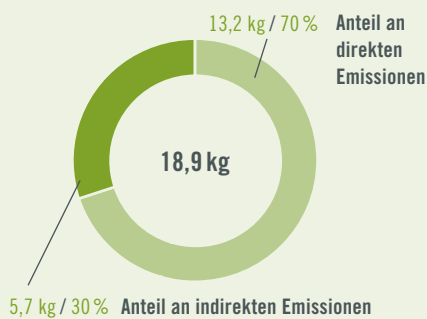
Die Reduktion der Strom-Emissionen sind insbesondere auch dem Ausbau der erneuerbaren Energien auf Bundesebene zu verdanken. Hierdurch reduzieren sich entsprechend die Emissionen der Stromerzeugung. Lag der Emissionsfaktor für Strom im Jahr 2013 noch bei 573 g pro kWh, sank er kontinuierlich auf nur noch 420 g pro kWh erzeugtem Strom in 2021 (Quelle: Umweltbundesamt). Unsere absoluten Stromverbräuche konnten wir durch Effizienzmaßnahmen in den Jahren von 2013 bis 2021 um 20% reduzieren.

Wir haben die Zeit genutzt, mit weiteren emissionsreduzierenden Maßnahmen zu beginnen, z.B.:

- *Minibar-Kühlschränke aus den Zimmern zu nehmen (Testlauf 01/2023)*
- *Leuchtmittel in allen Hotelzimmern bis 03/2023 auf LED umzustellen*



### CO<sub>2</sub>-Fußabdruck 2021 pro Gast bei Strom Bundesmix



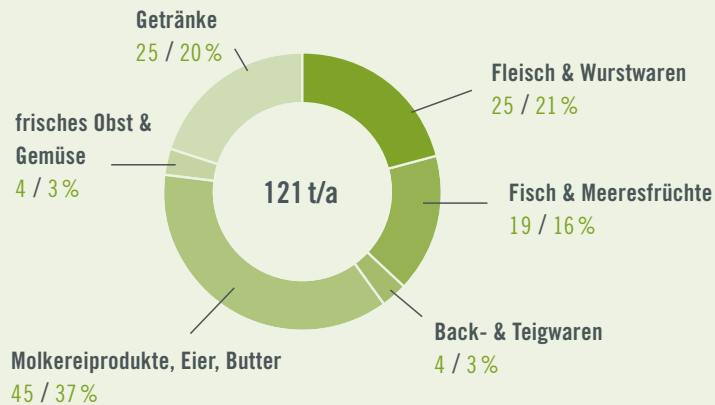
Bei den indirekten Emissionen aus Scope 3 wurde es schon schwieriger. Hier waren Änderungen in der Organisation, wie beispielsweise in der Beschaffung oder auch in der Kommunikation sowohl mit unserer Belegschaft als auch mit unseren Gästen, notwendig. Wir nutzen nur noch Recyclingpapier und neben Dampfreinigung fast ausschließlich probiotische Reinigungsmittel – haben zum Beispiel auf klimaneutrale Printmedien umgestellt, Materialmengen reduziert, Abläufe im Housekeeping oder in der Küche optimiert und durch geeignete Medien Informationen an unsere Gäste weitergegeben, wie beispielsweise mit unserer Fotoausstellung zum Thema Klimaschutz im Foyer des Conference Centers.

Über den Zeitraum von inzwischen 9 Jahren haben wir kontinuierlich den spezifischen CO<sub>2</sub>-Ausstoß pro Gast reduzieren können.  
50% Reduzierung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdruckes pro Gast im Vergleich zum Erstbilanzierungsjahr 2013

Ein Handlungsfeld, das wir bewusst aussparen, ist die An- und Abreise der Hotelgäste. Hier sehen wir für uns nur bedingt eine Handlungsmöglichkeit, da wir auf die Reisegestaltung der Gäste nur wenig Einfluss haben. Die Analyse des Pendlerverkehrs und der Dienstreisen unserer Mitarbeitenden hingegen haben wir immer mitbilanziert.



## CO<sub>2</sub>e-Emissionen Lebensmittel 2021 in t/a



## ...wie es weitergeht

Inzwischen wollen wir unseren Fokus also mehr auf die indirekten Emissionen legen, die wir durch unsere Handlungen im Hotel beeinflussen können. Egal was wir konsumieren und welche Produkte wir kaufen, unser Konsum hat Folgen für die Umwelt. Wie weitreichend und negativ diese sind, unterscheidet sich jedoch sehr. Ein Thema, das uns besonders am Herzen liegt, und wofür wir die Verantwortung in unserem Hause tragen, ist die Versorgung unserer Gäste mit gutem Essen. In unserem Restaurant STROM legen wir viel Wert auf saisonale Gerichte und regionale, frische Produkte. Hier konnten wir in den letzten Jahren ebenfalls durch Projekte wie das Resteessen deutliche Einsparungen an Essensmengen und -resten erzielen

Scope 3 ist die Hauptemissionsquelle, die wir noch direkt beeinflussen können. Vermeintlich kleine Schritte, die sich aufgrund hoher Verbrauchsmengen „lohnen“ und zu denen wir täglich neue Ideen mit Gästen und Kolleg:innen spinnen.

### Zwei Beispiele für die vielen kleinen Schritte, die wir für's große Ganze gehen:

- Wir dekorieren inzwischen mit dauerhaften Arrangements aus Trockenblumen statt Schnittblumen.
- Wir verwenden statt herkömmlicher Frühstücksservietten ein Bio Duni Soft Produkt, das im Kompost garantiert biologisch abbaubar ist.

## Neue Ziele

Das Handlungsfeld Ernährung hat global gesehen einen großen Einfluss auf die Treibhausgasemissionen. Vor allem tierische und nichtsaisonale Produkte mit langen Transportwegen belasten die Umwelt und das Klima. Deshalb haben wir uns die Lebensmittel in unserem Hotel genauer angesehen und seit dem Jahr 2019 eine neue Methodik in der CO<sub>2</sub>-Bilanzierung der Speisen und Getränke durchgeführt. Wir unterscheiden unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck nun deutlicher in unsere direkten und indirekten Emissionen aus Scope 1, 2 und 3. Ziel ist es, durch die Methodik der erweiterten Lebensmittelbilanzierung geeignete Maßnahmen zu identifizieren, um die CO<sub>2</sub>-Emissionen in diesem Handlungsfeld durch Umstellung bzw. Optimierung der Auswahl an Lebensmitteln zu vermeiden oder zumindest zu reduzieren.

### Morgenstund hat Gold im Mund – oder Klimaschutz beginnt bereits beim Frühstück:

*Wir hinterfragen etablierte Bestandteile wie zum Beispiel Nürnberger Würstchen oder Frühstücksfrikadellen, um sie durch schmackhafte pflanzliche Alternativen zu ersetzen.*

Unsere früheren CO<sub>2</sub>-Bilanzen finden Sie unter:

[www.gruenunterwegs.de](http://www.gruenunterwegs.de)



2018: Green Team



2018: Upcycling-Projekt



# Unser NEW NORMAL ist grün

Im Prinzip ist unser Green Team nach 10 Jahren **#grünunterwegs** überflüssig geworden, über 100 Mitarbeiter:innen bedenken in ihrer täglichen Arbeit die drei Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales. Unser engagiertes Hotelteam ist dabei auf verschiedenen Ebenen unterwegs, die Handlungsfelder gehen weit über das Einsparen von Energie und den sorgsamem Umgang mit kostbaren Lebensmitteln hinaus.

Unsere Aktivitäten reichen von Upcycling-Nähprojekten, Kochen in Schulen und Kindergärten, gemeinsamem Apfelenten über den Regio-Shop, TEAMCamps, Familienfreundlichkeit oder Betriebliches Gesundheitsmanagement bis hin zur Veröffentlichung des CO<sub>2</sub>-Fußabdruckes. Zudem befassen wir uns intensiv mit Green Nudging, dabei geht es beim Nudge „Licht aus?“ darum, Gäste und Housekeeping gleichermaßen durch kleine Anstupsler = Nudges zum Stromsparen zu animieren. Ein weiterer Nudge befasst sich mit der Auszeichnung klimafreundlicher Gerichte auf der Speisekarte im Restaurant STROM. Wir lassen unseren Gästen damit die Wahl, ob sie sich für Fisch, Fleisch oder Gemüse entscheiden und durch bewussteren Genuss zum Klimaschutz beitragen.

Grüne Hausführungen oder der grüne Service sind inzwischen echte Klassiker. Dazu gehört auch unser Resteessen, ein Infodinner, bei dem wir Gang für Gang wertvolle Erkenntnisse liefern, wie sich Lebensmittelverschwendung minimieren lässt. Dieses Format kann seit längerem auch als MICE-Rahmenprogramm gebucht werden.

Von Jahr zu Jahr wird es anspruchsvoller, weitere Einsparungs- und Optimierungspotenziale zu identifizieren. Bei uns ist Nachhaltigkeit kein Trend, sondern eine Haltung. Vieles ist schon längst selbstverständlich, wir sind leidenschaftlich aber inzwischen auch sehr routiniert **#grünunterwegs**.

*„Tim Oberdieck, Anja Wagner und ihr Team haben schon vor vielen Jahren erkannt, dass erfolgreicher Klimaschutz etwas mit der eigenen Unternehmenskultur und der Einbindung von Mitarbeitenden zu tun hat. Unternehmensentwicklung und Klimaschutz gingen seitdem im ATLANTIC Hotel Sail City immer Hand in Hand. So konsequent und erfolgreich ist mir das in meiner langjährigen Laufbahn als Moderator von Veränderungsprozessen sehr selten begegnet. Respekt! Authentisch, engagiert und dabei sehr sympathisch.“*

Dr. Cornelis Rasmussen  
rasmussen changes

Konsequent gelebte Nachhaltigkeit ist mehr als nur Klimaschutz durch Energieeffizienz oder die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Die Führungskräfte im ATLANTIC Hotel Sail City sind überzeugt, dass nur ein gesundes Team ein gutes Team ist, dass Kranktage, Führungsstil und Fluktuation zusammenhängen. Vom Azubi bis zur Direktion werden daher vielfältige Angebote für eine alltags-taugliche, gesunde Lebensführung entwickelt und von uns genutzt: von flexiblen Arbeitszeitmodellen und Homeoffice über das maßgeschneiderte smile training oder Betrieblichem Gesundheitsmanagement bis hin zur Supervision.

Im November 2019 veranstalteten wir unser erstes TEAMCamp. Dieses Kommunikationstool für einen gemeinsamen Austausch aller Abteilungen auf Augenhöhe wurde von den Mitarbeiter:innen mit Begeisterung aufgenommen. In unserem Unternehmen gibt es viele positive Erfahrungsberichte aus allen Abteilungen, dass individuelle Trainings spürbar zu Persönlichkeitsentwicklung und -entfaltung beitragen. Der abteilungsübergreifende Austausch untereinander lässt sich allerdings selten mit dem Tagesgeschäft vereinbaren. Das TEAMCamp ist aus dem smile training gewachsen und schließt diese Lücke. Das Format entspricht einem BarCamp. In offenen Workshops werden die Inhalte von den Teilnehmer:innen erst bei Veranstaltungsbeginn selbst entwickelt. Bei laufendem Betrieb tauscht sich gut die Hälfte des 100-köpfigen Hotelteams in drei Blöcken à zwei Stunden aus – auf Augenhöhe und ohne Ausnahme, auch der Direktor wird geduzt. Vielseitige Themen sind immer schnell gefunden: Zeitmanagement, Kommunikation im Team, aktive Pausengestaltung, neue Ideen für das Betriebliche Gesundheitsmanagement und den Tagungsbereich sowie Optimierungen für das ganze Haus.

Im offenen Miteinander zu erfahren, was andere Kolleg:innen bewegt und wie sie denken, bewerten die Teilnehmenden ebenso als Bereicherung wie die Erfahrung, dass jede Aussage wertgeschätzt wird.



# Empathie statt Hierarchie



2019: TEAMCamp

# Ausgezeichnet miteinander statt gegeneinander



2022: Start Verbundausbildung



Land auf, Land ab fehlen Unternehmen quer durch alle Branchen Auszubildende, laut Bundesagentur für Arbeit blieben im Jahr 2022 rund 69.000 Stellen unbesetzt. Auch vor Hotellerie und Gastronomie macht dieser Umstand nicht halt. Was also tun, um die Ausbildung zukünftiger Gastgeber:innen attraktiver zu machen? Darauf suchen wir mit zwei weiteren Betrieben in Bremerhaven eine Antwort und bilden gemeinsam aus. Mit meerzukunft<sup>3</sup> bieten wir seit August 2022 eine innovative Verbundausbildung an. Wir sind davon überzeugt, dass das Arbeiten in der Hotellerie abwechslungsreich und anspruchsvoll ist. Wer sich für die Ausbildung entscheidet, den erwartet eine bunte Welt voller Möglichkeiten, sowohl in Bremerhaven als auch rund um den Globus. Ob Serviceengel, Putzteufel, Kreative am Herd oder flexible Organisationstalente im Marketing und Eventbereich – kaum ein Berufszweig bietet so viele Facetten.

Um jungen Menschen oder auch Quereinsteiger:innen diese Vielfalt komprimiert zugänglich zu machen, haben wir uns mit dem Hotel THE LIBERTY und dem im-jaich Boardinghouse zusammengetan. Zusammen wollen wir die Ausbildung interessanter gestalten und mit vereinten Kräften dem Personalmangel entgegenwirken. Wir werben für die Berufe im Gastgewerbe und möchten mehr Wahrnehmung für die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder – von Köch:innen bis zu Fachleuten für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie – schaffen. Außerdem stellen wir uns der Situation, dass in der Hotellerie und Gastronomie insgesamt in puncto Führungsstil, Wertschätzung, Kommunikation, flexibler Arbeitszeitmodelle und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf noch viel zu tun ist. Der Wettkampf um motivierte Fachkräfte bestärkt uns, die soziale Verantwortung genauso ernst zu nehmen wie unser langjähriges Engagement für den Klimaschutz.

Mit meerzukunft<sup>3</sup> haben wir den Nerv der Zeit getroffen, in kurzer Zeit die ersten motivierten Auszubildenden an Bord genommen und regional sowie bundesweit große Anerkennung erfahren. Die Deutsche Hotelakademie verlieh uns im November 2022 in München im Rahmen des renommierten Hospitality HR Awards den 1. Preis in der Kategorie Ausbildung. Nur einen Tag später konnten wir uns dann in Bremen über den 1. Preis beim Tourismuspreis Bremen und Bremerhaven freuen, mit unserem neuen Konzept waren wir in der Kategorie Future Bremerhaven angetreten.



Mehr Informationen zum Ausbildungsablauf:

[www.meerzukunftthochdrei.de](http://www.meerzukunftthochdrei.de)



# Von Bienen, Büffeln und Bohnengold

Konsequente Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn alle mitmachen! Dieser Grundgedanke motiviert uns, unser Netzwerk von Partnerbetrieben und Dienstleister:innen in der Region immer weiter auszubauen. Und auch, wenn wir Lebensmittel von weit her verbrauchen, bemühen wir uns, Anbaumethoden, Transportwege und Arbeitsbedingungen zu hinterfragen. Auch, weil wir uns bewusst zu den SDGs bekennen und vor allem im Bereich Konsum danach handeln wollen.

Von Anfang an bemühte sich unser Team, besondere Produkte, hinter denen besondere Menschen oder Geschichten stecken, zu identifizieren. Unseren Gästen möchten wir damit einzigartige Genusserlebnisse schaffen, regionale Wertschöpfung fördern und das Klima schützen.

Da wäre zum Beispiel der Wasserbüffel von der Luneplate, einer ökologischen Ausgleichsfläche des Hafensbetreibers bremenports,

auf der die freilebende Herde einen wichtigen Beitrag zum Naturschutz leistet. Ab und zu muss ein Tier entnommen werden und landet dann unter anderem als schmackhafter Wasserbüffelburger auf den Tellern im Restaurant STROM. Oder der Stadtimker Andreas Bredehorn, der mit seinen Bienenvölkern zum Erhalt der Artenvielfalt beiträgt. Über 240.000 seiner fleißigen Wanderarbeiterinnen finden seit Jahren auf dem Gründach unseres Conference Centers ihr temporäres Zuhause. Der schmackhafte Seestadt-Honig wird von unserem Küchenteam zu köstlichem Honigparfait verarbeitet.

Fleisch- und Wurstwaren bereitet uns die Mühlenbeck Manufaktur aus Schiffdorf-Spaden bei Bremerhaven zu. Seit über 100 Jahren werden dort aus überwiegend regionalen Rohstoffen hochwertige Lebensmittel – oftmals noch in sorgfältiger Handarbeit – traditionell produziert. Die Bremerhavener Stadtbäckerei Engelbrecht steht für





2021: Rooftop-Projekt EDM meets Classic



hauseigene Rezepturen, reine Rohstoffe und produziert in vierter Generation aus besten regionalen Zutaten Backwaren mit hohem Qualitätsanspruch.

Aber was wäre ein Hotel an der Küste ohne Fisch und Meeresfrüchte? Köstlichkeiten aus Neptun's Reich beziehen wir von der Deutschen See mit Sitz in Bremerhaven. Ausgezeichnet mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis, ist das Unternehmen auf der ganzen Welt unterwegs, um hochwertigen, verantwortungsvoll gefangenen oder gezüchteten Fisch für seine Fischmanufaktur zu beschaffen.

Unsere Äpfel kommen zum Teil aus dem nahegelegenen Alten Land, dem größten zusammenhängenden Obstanbaugebiet Deutschlands. Wir sind Apfelbaum-Pat:innen, begleiten unsere Bäume durch das Jahr und bekommen alle Früchte, die sie tragen. Wir verbinden die Ernte oftmals

mit einem Team Event, anschließend werden die Früchte zu Saucen, Desserts, Fruchtaufstrichen oder Chutneys verarbeitet. Kaffeespezialitäten für unseren Regio-Shop liefert uns das Bremerhavener Unternehmen Bohnengold. Uli Berberich und sein Team rösten im Fischereihafen Spitzenkaffees aus Papua-Neuguinea, Kolumbien oder Kenia.

Das sind nur einige kulinarische Erzeugnisse aus der Region, mit deren Bezug wir lokale Produzent:innen stärken. Eine große Auswahl regionaler Leckereien, Getränke und handgemachter Mitbringsel bieten wir in unserem Regio-Shop in der Lobby an, der nicht nur unseren Gästen offen steht.

Darüberhinaus liegt uns auch die Kulturförderung, die Unterstützung sozialer Projekte sowie des Breitensports in Bremerhaven am Herzen.



#### Tourismuspreis Bremen und Bremerhaven

2022 belegten wir in der Kategorie Nachhaltigkeit den 1. Platz. Gesucht wurden originelle, authentische und nachhaltige Projekte oder Konzepte, die den Tourismus im Land Bremen fördern. Die Jury würdigte unsere „intensiven und umfassenden Aktivitäten“ und bezeichnete uns als „Leuchtturm Bremerhavens“ in der nachhaltigen Hotellerie. Für die Verbundausbildung meerzukunft<sup>3</sup> konnten wir mit unseren Partnerhotels einen weiteren 1. Preis in der Kategorie Future Bremen/Bremerhaven entgegennehmen.



#### Bremer Klimaschutz-Preis

Mit dem Klimaschutz-Preis zeichnet energiekonsens, die gemeinnützige Klimaschutzagentur für das Land Bremen, Menschen aus, die richtungsweisende Leistungen und hohes persönliches Engagement für den Klimaschutz im Land Bremen gezeigt haben.



#### Gesicherte Nachhaltigkeit

Das Deutsche Institut für Nachhaltigkeit und Ökonomie aus Münster geht in seinen Anforderungen weit über normale Nachhaltigkeitszertifizierungen hinaus. Regelmäßig setzt es für seine Auftraggebenden auch Projekte wie zum Beispiel die Analyse der unternehmerischen Ausrichtung mit Hinblick auf die Implementierung von Nachhaltigkeitskompetenzen in die Wertschöpfungskette um.



#### GreenSign Level 4

Hotels mit GreenSign-Label stehen für eine nachhaltige Hotelführung und erfüllen die wichtigsten Kriterien im Einklang von ökologischem Anspruch, sozialem Engagement und wirtschaftlichem Erfolg. Seit Juni 2022 ist der Zertifizierungskatalog vom Globalen Rat für nachhaltigen Tourismus, dem Global Sustainable Tourism Council, international anerkannt.



#### Ausgezeichnet familienfreundlich

Familienfreundlichkeit steht für die meisten Menschen nach wie vor bei der Wahl des Arbeitgebers oder der Arbeitgeberin hoch im Kurs, deswegen freuen wir uns besonders über die Bremer Auszeichnung. Das regionale Siegel bietet uns als mittelständischem Unternehmen die Möglichkeit, unsere Mitarbeiter:innen mit passgenauen und individuellen Angeboten bei der Vereinbarkeit von Privat- und Erwerbsleben zu unterstützen.



#### Die Charta der Vielfalt - für Diversity in der Arbeitswelt

Wir sind Unterzeichner:innen, weil wir davon überzeugt sind, dass gelebte Vielfalt und Wertschätzung dieser Vielfalt positive Auswirkungen auf unser Unternehmen und die Gesellschaft in Deutschland und der Welt haben. Mit der Umsetzung der Charta zeigen wir Flagge für Vielfalt, denn Vielfalt verbindet.



#### Reisen für Alle - Orientierungshilfe für Gäste

Wir sind nach den Kriterien der bundesweiten Kennzeichnung „Reisen für Alle“ eingestuft und haben die Auszeichnung „Barrierefreiheit geprüft“ erhalten. Die Daten und Angaben wurden von externen, speziell geschulten Erheber:innen vor Ort geprüft, es handelt sich nicht um eine Selbsteinschätzung. Detaillierte Daten zur Barrierefreiheit können von unseren Gästen eingesehen werden, damit erleichtern wir die Reiseplanung, steigern das Wohlbefinden und tragen zur Teilhabe Aller am Tourismus bei.



#### United Against Waste e.V.

United Against Waste e.V. ist eine Initiative, die konkret gegen Lebensmittelverschwendung vorgeht. Der Verein unterstützt uns dabei, Planungsprozesse zu optimieren und vermittelt uns Wissen zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen. Eine große Hilfe ist hierbei das Abfall-Analyse-Tool, womit wir die Verschwendung von Lebensmitteln messen können und was uns gleichzeitig auch Möglichkeiten zur Verbesserung vorschlägt.



*Ansprechpartner:innen*

Sandra Tschardtke  
Verkaufsleiterin  
Tel.: +49 (0) 471 30990-250  
stschardtke@atlantic-hotels.de

Tim Oberdieck  
Hoteldirektor  
Tel.: +49 (0) 471 30990-566  
toberdieck@atlantic-hotels.de

*Folgen Sie uns:*



*Impressum*

**Herausgeber**

ATLANTIC Hotel Sail City GmbH  
Am Strom 1  
27568 Bremerhaven  
[www.atlantic-hotels.de/hotel-sail-city-bremerhaven](http://www.atlantic-hotels.de/hotel-sail-city-bremerhaven)

**Konzeption, Text, Layout  
und Realisierung**

Viola Haye, Janina Katharina Vogel –  
bigbenreklamebureau gmbh, Bremerhaven

**Redaktion**

Anja Wagner, Tim Oberdieck, Sandra Tschardtke –  
ATLANTIC Hotel Sail City GmbH

**CO<sub>2</sub>-Bilanzierung**

Anja Wagner, Silke Strüber, BEKS:EnergieEffizienz GmbH, Bremen

**Fotos**

Fotos: Antje Schimanke  
Außer: Cover pexels.com, S. 4/5 + 9: energiekonsens, S. 11: Global Collective,  
S. 14/15: Martin Balas, S. 20: Tim David Müller-Zitzke,  
S. 31 kleines Foto Mitte: Joerg Sarbach, S. 32/33 großes Foto: Dennis Vogt

**Druck**

Müller Ditzen GmbH, Bremerhaven

Stand Februar 2023

Wir danken allen, die uns bei der Umsetzung der Green Facts unterstützt haben!



Sie sind auch #grünunterwegs?

Teilen Sie Ihr Wissen mit uns,  
schicken Sie uns Ihre Fragen,  
Ideen, Anregungen oder Kritik.

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!  
[gruenunterwegs@atlantic-hotels.de](mailto:gruenunterwegs@atlantic-hotels.de)

Grün unterwegs.

