



## Klimaschutz in der Hotellerie

# Gesucht: Betriebe mit Vorbildcharakter

**«Clima Host» sucht Hotels und Restaurants im Alpenraum mit top Klimaschutz-Lösungen. Geschäftsführerin Juliane Schröder über den Wettbewerb und die Anforderungen.**

FRANZISKA EGLI

Juliane Schröder, erstmals wird mit «Clima Host» ein alpenweiter Klimaschutz-Wettbewerb für die Hotellerie und Gastronomie durchgeführt. Nun wurde die Eingabefrist von Ende August auf Ende September 2018 verlängert. Warum?

Weil wir überrascht sind, wie viele gute Bewerbungen uns bereits erreicht haben. Wir wollen mehr davon! Wir waren überzeugt, dass die Bewerbungsrate im Sommer niedrig sein würde. Aber das Gegenteil war der Fall: 50 Anmeldungen haben uns bislang erreicht. Mit dem Aufschub wollen wir noch diejenigen erreichen, die den Sommer über keine Zeit fanden, das Formular auszufüllen und einzureichen. Das richtet sich insbesondere auch an Gastronomen: Sie sind tendenziell schwieriger zu erreichen als Hoteliers.

**Aus welchen Regionen und Ländern stammen denn die bereits eingegangenen Anmeldungen?**

Aus dem gesamten Alpenraum, also aus dem ganzen von uns ausgeschriebenen Bereich, der sich über Teile Deutschlands, Österreichs, Sloweniens über die gesamte Schweiz bis nach Südfrankreich erstreckt. Da die Ausschreibung noch läuft, kann ich weder Angaben zu den einzelnen Betrieben machen, noch aus welchem Land sie kommen. Ich kann aber versichern: Es sind auch Betriebe aus der Schweiz dabei.

**Trinkhalme verbannen, Foodwaste verringern, nachhaltig Wirtschaften – das Thema Ökologie ist in der Hotellerie und Gastronomie derzeit allgegenwärtig. Was war der Grund, jetzt den Wettbewerb zu lancieren?**

Wir von Adelphi führen als Think-Tank in den Bereichen Klima und Umwelt seit Jahren im Auftrag des Dehoga, dem Deutschen Hotel- und Gaststättenverband, eine Energieeffizienzkampagne durch. Im Laufe der Jahre kamen immer mehr nachhaltige Themen hinzu, erst recht, nachdem Deutschland 2015 und 2016 den Vorsitz der Alpenkonvention inne- und «Grünes Wirtschaften im Alpenraum» als Leitthema erkoren hatte. Hotellerie und Tourismus sind – gerade im Alpenraum – enorm wichtige Wirtschaftszweige. Gleichzeitig ist gerade in dieser gesamten Region schon viel umgesetzt worden, ohne dass man davon etwas mitbekommen hätte. So kam es zu der Idee, das innovative Engagement und grosse Wissen, das im Alpenraum

bereits existiert, speziell hervorzuheben und denjenigen eine Bühne zu geben, die bereits mit gutem Beispiel vorangehen.

**Und anderen aus der Branche damit aufzuzeigen, dass Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit nicht zwingend ein Widerspruch sein müssen?**

Absolut. Sehr oft lässt sich Energie sparen und gleichzeitig das Klima schützen. Das ist für Betriebe in dieser Region mit ihren energieintensiven Spas besonders interessant. Wir hatten oft auch den Eindruck, dass man sich gerade in den oftmals von Familien geführten Betrieben im Alpenraum besonders viele Gedanken darüber macht, was man seinen Nachkommen weiterreicht und sich sehr offen zeigt gegenüber innovativen Ideen. Gleichzeitig ist in dieser Gegend vieles, das in der Stadt erst Trend werden muss, von jeher selbstverständlich, wie etwa das Thema Regionalität. Auch das soll mehr Beachtung finden und honoriert werden.

**Eine kleine Herberge mit wenigen finanziellen Mitteln hat aber andere Voraussetzungen als ein Luxushotel, das höheren Ansprüchen genügen muss. Zudem haben nicht alle Länder dieselbe Vorstellung von Nachhaltigkeit. Wie gehen Sie damit um?**

Exakt aus diesem Grund haben wir die Ausschreibung möglichst offen formuliert. Wir wollen so weit wie möglich alle Beherbergungs- und Gastronomie-Formen ansprechen und auffordern mitzumachen – von der einfachen Berghütte ohne Übernachtungsmöglichkeit bis zum Hotel im gehobenen Segment.

**Und wie wird beurteilt?**

Juliane Schröder zvg

**«Der Wettbewerb soll jenen eine Bühne geben, die mit gutem Beispiel vorangehen.»**

Juliane Schröder  
Projektleiterin Clima Host



**Wettbewerb In den Kategorien «Beherbergung» und «Gastronomie»**

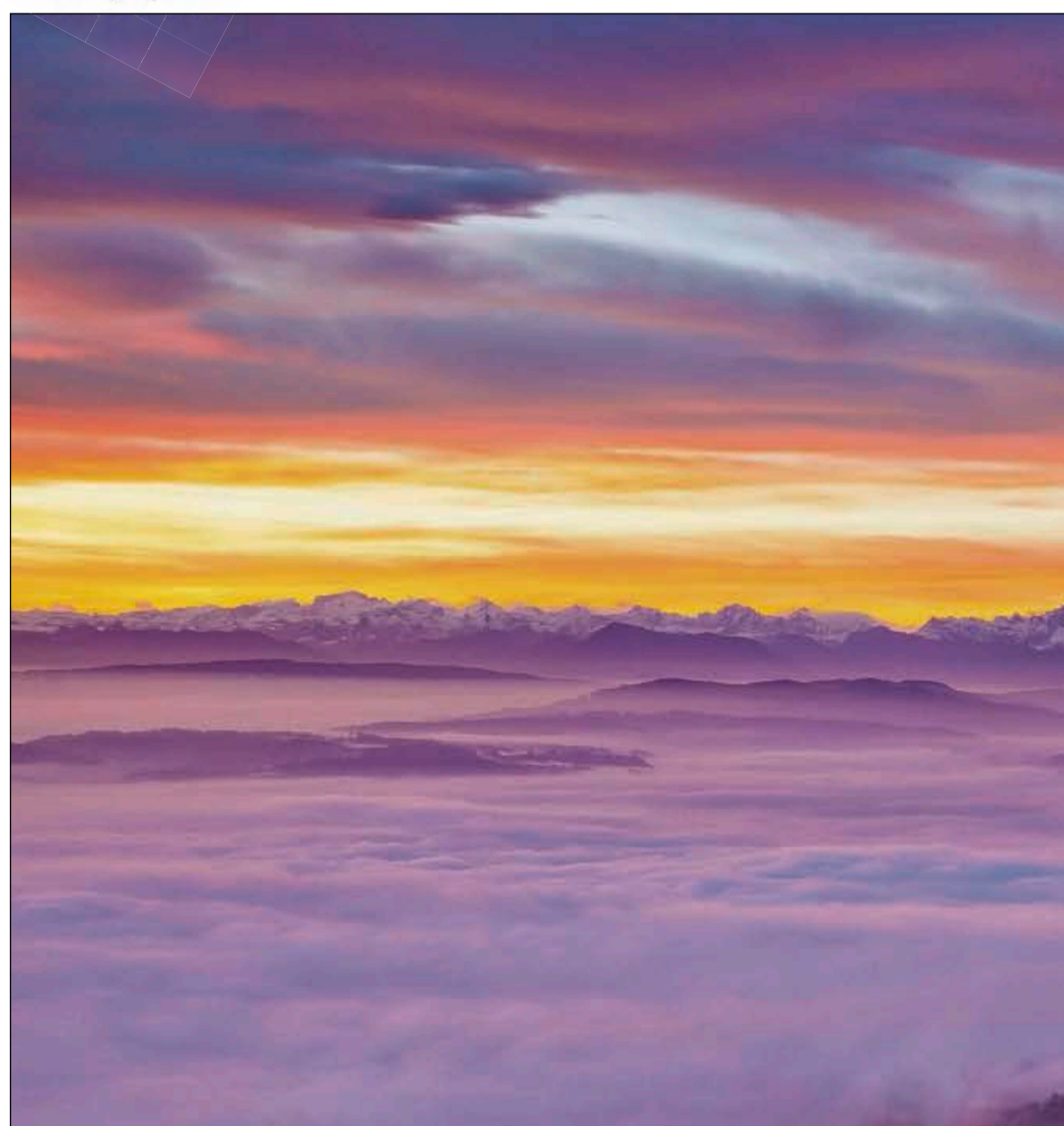
Clima Host ist ein alpenweiter Wettbewerb mit Einsendeschluss 30. September, bei dem herausragende Massnahmen in den Bereichen Klimaschutz und Energieeffizienz in der Hotellerie und Gastronomie ausgezeichnet werden. Zugelassen sind alle Betriebe von der Berghütte bis zum Luxushotel, die sich innerhalb des Gebiets der Alpenkonvention – dem internationalen Abkommen zwischen den Alpenländern – befinden. Bewertet werden die Eingaben von einer internationalen Jury, die sich aus Experten aus den Vertragsparteien der Alpenkonvention zusammensetzt. Vergeben werden jeweils drei Hauptpreise in den Kategorien «Beherbergung» und «Gast-

Die Bewertung erfolgt via Punktesystem, das jeweils in der Relation zur Grösse des Betriebes steht. Begutachtet werden Hard Facts wie Energieverbrauch, CO<sub>2</sub>-Ausstoss, aber auch Softfaktoren wie Regionalität oder Mitarbeiterschulung. Wichtig für die Jury sind ein stimmiges Gesamtkonzept, Innovationsgehalt der Massnahmen und die Möglichkeit der Übertragbarkeit auf andere Betriebe.

**Viele Betriebe engagieren sich längst, hängen es aber nicht an die grosse Glocke. Wie wichtig ist es, das dem Gast unter die Nase zu reiben?**

Es gibt beides: Da gibt es Betriebe, die Angst haben, als geizig zu gelten, wenn sie öffentlich machen, dass sie

LED-Lampen einsetzen. Andere «verkaufen» ihre innovativen Lösungen clever und betreiben damit bestes Storytelling. Fact jedoch ist: Bei den Gästen hat sich diesbezüglich viel getan. Nicht selten ist ein regionales Angebot oder klar ersichtliches Engagement für die Buchung matchentscheidend. So gesehen wurde die Nachfrage in der Branche erkannt. Ob und wie ein Betrieb sein Engagement marketingtechnisch und wirtschaftlich nutzt, muss letztlich jeder selber entscheiden. Wichtig erscheint uns, dass die Themen und Möglichkeiten erkannt und die Massnahmen durchgeführt werden.



Nachhaltiges Engagement wird in der Branche derzeit gross geschrieben: Davon zeugt auch der alpenweite

# Gute Aussichten mit «Going green»

**Foodwaste, regionales Angebot, klimaneutrales Nächtigen: Nachhaltigkeit beschäftigt die Branche. Der Gewinn ist gross – auch auf Marketing- und Mitarbeiterebene.**

FRANZISKA EGLI

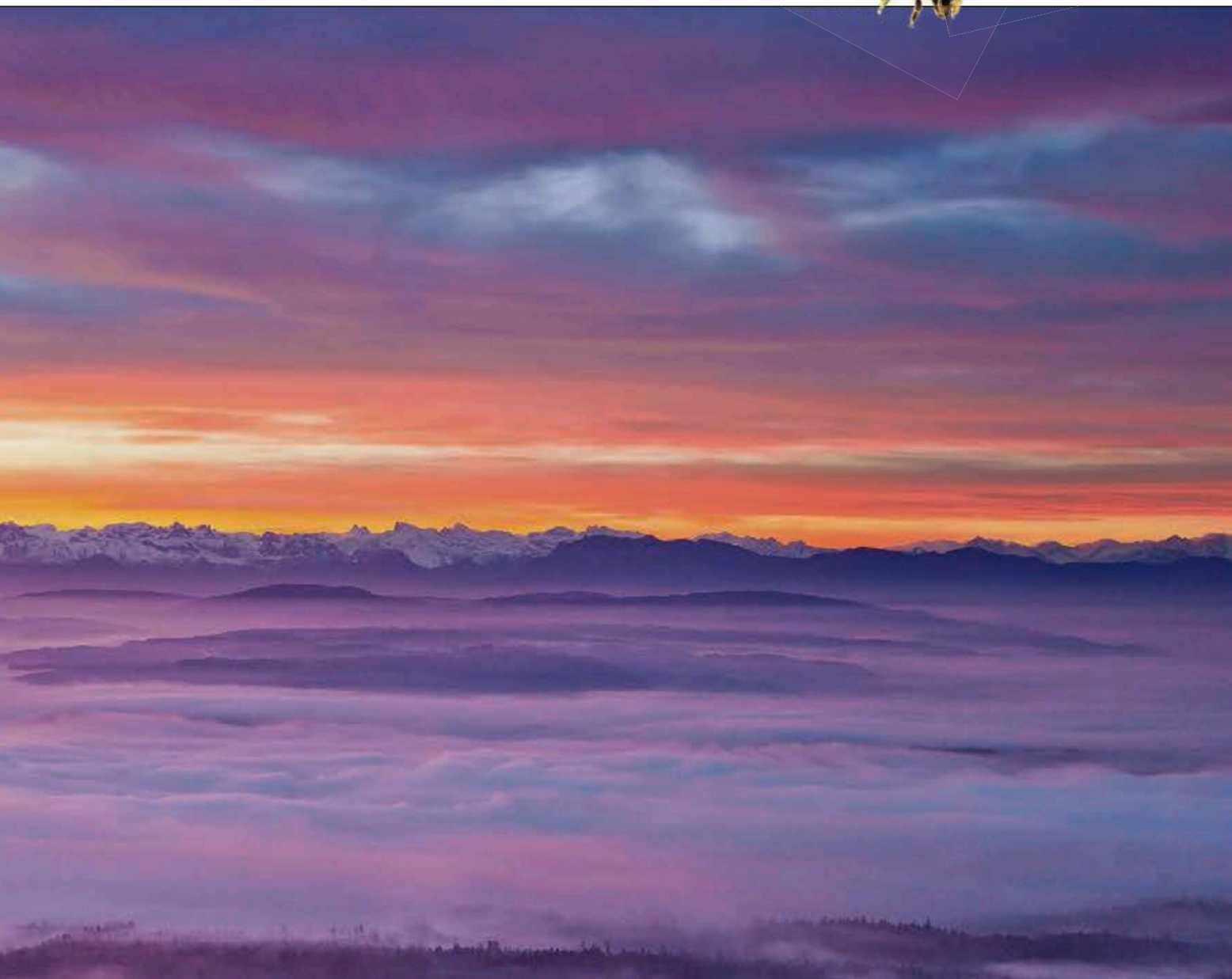
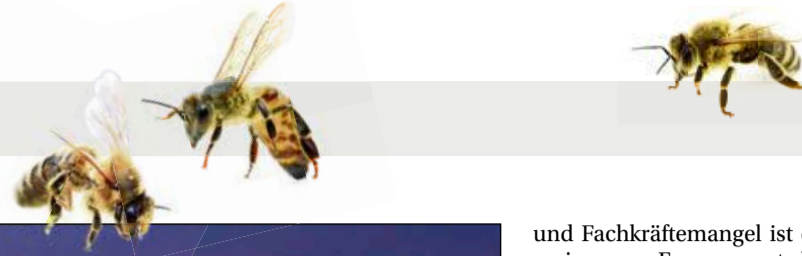
**E**in jeder Lernende hat ein Huhn. Jawoll, richtig gelesen: Jeder der insgesamt neun Auszubildenden im Zürcher Hotel Glärnischhof ist im Besitze eines Huhns, das in einem nah gelegenen Bauernhofleben eingebettet ist, dessen Eier aber täglich das Frühstücksbuffet des Stadt- und Business-Hotels ergänzen. Dies ist nur eine Geschichte, die die Gäste erfahren, und es ist nur einer von zahlreichen Punkten in einem Betrieb, der von jeher nach nachhaltigen und ökologischen Grundsätzen geführt wird. «Damit nach aussen getreten

sind wir bislang wenig, das wollen wir ändern», so Christian Schubert, seit 2011 Direktor des 4-Sterne-Superior-Hotels.

Das Thema Nachhaltigkeit und Umweltschutz, es ist eines, das die Branche derzeit stark und immer stärker beschäftigt. «Dem Gast von heute liegen ökologische Themen sehr am Herzen, und das macht vor den Ferien nicht halt. Davon profitieren vermehrt Gastgeber, die sich damit positionieren und ihr Engagement kommunizieren», beobachtet Anita Gschwind, Leiterin des Schweizer Labels Ixex Fairstay, das Betriebe auf ihre Nachhaltigkeit überprüft und zertifiziert (siehe Kasten). Tatsächlich häufen sich Meldungen einzelner Betriebe oder gleich ganzer nationaler wie internationaler Ketten: Hier Marriott International, das Einwegtrinkhalme und Plastikrührstäbchen weltweit aus den mehr als 6500 Hotels und Resorts verbannt (macht jährlich eine Einsparung von über einer Milliarde Röhrlis und einer Viertelmilliarde Stäbli aus), da das neu gebaute 4-Sterne-Hotel Valsana Hotel & Apartments in Arosa, das mit einem innovativen Energiekonzept und nun mit einer vollständigen CO<sub>2</sub>-Neutralität aufwartet. «Insbesondere gut aufgestellte 3- und 4-Sterne-Betriebe, die bezüglich Umwelt schon erste Schritte unternommen haben, bündeln vermehrt ihr Engagement in ein ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept und setzen es auch marketingtechnisch bewusst ein», ergänzt Gschwind.







und Fachkräftemangel ist ein gemeinsames Engagement die Gelegenheit aufzuzeigen, wer wir sind und wo wir uns engagieren.»

**Umweltmanagement ist nicht Chefsache, sondern Teamwork**

«Tue Gutes und sprich darüber», empfiehlt Gschwind von Ibex Fairstay den Betrieben, die sie berät. Auch sie sagt: «Ein Projekt wie Umweltmanagement, das nicht einfach Chefsache ist, sondern ein ganzes Team betrifft, wo innovative Ideen und Geschichten zusammengetragen werden, ist letztlich beste Gäste- und Mitarbeiter-Bindung». Im «Valbella Inn Resort» wurde der Columbus-Award geschaffen, der Mitarbeitende ehrt, die eine gute Idee für verbesserte Arbeitsabläufe oder Gewinnung neuer Gäste einbringen. Das alles ist ganz im Sinne der Corporate Social Responsibility (CSR), also der unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung, der sich immer mehr Betriebe verschrieben haben, die auf den Säulen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft basiert.

Seraina Zahner vom Hotel Schweizerhof Bern & The Spa, das seit 2016 mit der Umweltmanagementnorm ISO 14001 zertifiziert ist und seinen CO<sub>2</sub>-Verbrauch von der Stiftung Myclimate regelmässig messen lässt, hat gar ihre Bachelorarbeit ihres BWL-Studiums dem Thema CSR gewidmet. Für eine hausinterne Bestandsaufnahme hat sie einen Aufruf unter den Mitarbeitenden gestartet, daraus entstand die Umweltgruppe The Green Busters, die heute Teil des Unternehmens ist (siehe Zweitstoff unten). Ihr Prozess hat gezeigt: Nachhaltige Projekte wol-

len in einem Hotel im gehobenen Segment mit besonderer Aufmerksamkeit angegangen werden. «Zu radikal dürfen die Veränderungen nicht sein. Unser Gast darf nicht den Eindruck bekommen, die umgesetzten Projekte seien Sparmassnahmen und mindern unsere Leistung. Das ist die Herausforderung in vielen unserer Evaluationen».

Dennoch wird im «The Spa» derzeit eine neue Pflegelinie angedacht, gibt es auf dem Dach ein Bienenhotel, und auch die Frühstücksteller auf den Zimmern sollen künftig mit Regionalität aufwarten: Statt den exotischen Früchten könnten es dereinst heimische Apfelsorten oder hausgemachte Dörrfrüchte sein – versehen mit dem Hinweis, dass es auf Wunsch selbstverständlich auch die Exoten weiterhin gibt. Überhaupt ist es der F&B-Bereich, der über die Hälfte ihres CO<sub>2</sub> verursacht: Die frische Küche, all die hausgemachten Fonds, ihr Signature Dish das Wiener Schnitzel, das täglich bis zu 60 Mal bestellt wird – das alles treibt den Wert hoch – und birgt dennoch viel Sparpotenzial: Mit dem Frittierhilfsmittel Magnesol haben sie ihr Altöl von 10 Liter täglich auf einen senken können, aus Gemüseresten entsteht Gemüsesalz, und Zahner prüft derzeit verschiedene Möglichkeiten, Speiseabfälle in Dünger zu verwandeln, um den Foodwaste noch mehr zu verringern. «Das wäre dann aber eine grössere Investition», sagt sie.

**Für klimaneutrale Übernachtungen zahlen Gäste gerne mehr**

Ganz neu geben sie, als Mitglied von United Against Waste, ihren Bankett- und Events-Kunden die Möglichkeit, am Ende des Anlasses übrig gebliebene Essensreste in kompostierbaren Foodboxen mit nach Hause nehmen zu können. «Wir haben uns lange überlegt, ob sich das schickt für ein Luxushotel. Aber die Idee kommt bei Kunden wie auch Gästen enorm gut an», resümiert Zahner. Überhaupt nimmt auch sie erfreut zur Kenntnis, dass die Gäste bereit sind, für ein nachhaltiges Engagement tiefer in die Tasche zu greifen: 5 bis 20 Franken dürften es pro Logiernacht für eine klimaneutrale Übernachtung zusätzlich sein, hat eine Umfrage unter ihrer doch sehr internationalen Klientel ergeben, und dass es für 80 Prozent der Gäste unabdingbar ist, dass man sich als Unternehmen engagiert. Tatsächlich: «Seit zwei Monaten bieten wir eine klimaneutrale Übernachtung gegen einen Aufpreis von 4 Franken, die wir in unser Myclimate-Klimaschutzprojekt investieren. Circa 10 Prozent aller Gäste – Business-Gäste nicht eingerechnet – haben bereits davon Gebrauch gemacht. Das ist doch bemerkenswert», sagt sie, «das betrachten wir als sehr guten Wert für den Start des Projekts»

Wettbewerb Clima Host, der Gastro- und Beherbergungsbetriebe mit innovativen Klimaschutzprojekten auszeichnet.

swiss-image./Jan Geerk, 123RF

Zum Beispiel das Valbella Inn Resort auf der Lenzerheide, das 2015 von Ibex Fairstay mit «Silver» ausgezeichnet wurde und sich diesen Sommer auf «Gold» steigern konnte. «Wir haben die Zertifizierung genutzt, um zu sehen, wo wir stehen und um zu erfahren, wo noch Potenzial ist», erzählt Gastgeberin Ramona Vogt. Überall, haben sie erfahren. Allein der Fragekatalog wartete mit zahlreichen Hinweisen auf wie, wie viel Wasser ihr Duschkopf pro Minute verbraucht. «Wir hatten ja keine Ahnung», lacht Vogt und ist froh um den Prozess rund um die Zertifizierung, die ihnen die 6000 Franken wert war. Zumal der Teufel im Detail steckt: im WC-Papier, in Plastiktüten, in Kugelschreibern. Ja, sogar in den Badelatschen, auf die sie mittlerweile verzichten. «Bei rund 26000 Logiernächten pro Saison haben wir jeweils bis zu 20000 Einwegschuhe entsorgt. Das ist einfach zu viel». Vogt hat extra ein Budget erstellt, das ihr aufzeigt, was drinliegt und was nicht. Oft schliesst sie Kompromisse: Das, was bei den Slipper eingespart werden kann, fliesst dafür in umweltfreundliches Druckpapier. Fortlaufend werden Abläufe, Produkte, Neuanschaffung auf ihre Nachhaltigkeit überprüft – und natürlich, wie sie bei den Gästen ankommen. «Verzichtet man auf einen Mehrwert wie die Slipper, sorgt das für Diskussionen. Deswegen muss man sich bewusst sein. Aber wenn man gut argumentiert und auf sein Anliegen aufmerksam macht, kommt es bis auf wenige Ausnahmen gut an».

**Was nicht 100 Prozent lokal und fair ist, wird aussortiert**

Das Storytelling, es ist entscheidend, weiss man auch im Zürcher «Glärnischhof» – nicht nur wegen seiner Hühnergeschichte. Der Gast ist bereit, für nachhaltige Leistungen mehr auszugeben, hat Direktor Schübert erfahren, als er etwa der Initiative «Regionales

und faires Frühstück» beigetreten, Raum wie Angebot entsprechend ausgebaut und im Zuge dessen die Zimmerpreise um 10 Prozent erhöht hat. Nicht eine Beanstandung habe er gehabt, sagt Schübert. So hat er in seinem Betrieb, der einen Business-Gäste-Anteil von 65 Prozent aufweist, das Thema Nachhaltigkeit sukzessiv vorangetrieben, setzt auf LED-Lampen, auf Bett- und Frotteewäsche aus hiesiger Produktion und mittlerweile komplett auf regionale Kulinarik. «Was nicht unserer Vorstellung von 100 Prozent lokal und fair entsprach, wurde konsequent aussortiert. Dafür haben wir uns sogar von Lieferanten verabschiedet, und statt mit Zwischenhändlern arbeiten wir möglichst im Direktverkauf, was wiederum auch preislich attraktiver ist». Dazu kommt die neue Oak Bar, gebaut vor allem aus Naturprodukten wie Holz und Kupfer, mit Schweizer Gins und Swiss Tapas im Angebot. Einen Höhepunkt signalisiert die Wärmepumpe mit einem Investitionsvolumen von 1,5 Millionen Franken, dank der sie seit 2011 die gesamte Heizenergie aus Zürcher Seewasser rückgewinnen. Seither sparen sie jährliche Energiekosten von zirka 100000 Franken. «Da wir quasi 100 Prozent Ökostrom beziehen, liegt der CO<sub>2</sub>-Ausstoss fast bei Null. Langfristig lässt sich damit viel Geld sparen», so Schübert, was ihnen diesen Juli die Auszeichnung Green Globe Re-Zertifizierung beim internationalen Green Globe eingbracht hat.

Über all dem, betont er, stehe nicht allein die Wirtschaftlichkeit. «Es gilt, die Natur genauso zu achten und zu respektieren wie unsere Gäste und Mitarbeiter. Das ist im Übrigen auch ein Grund, warum viele Mitarbeitenden stolz sind, für uns arbeiten zu dürfen: Sie sind involviert, sie tragen Verantwortung». Er findet: «Gerade unsere Branche mit ihrem Imageproblem und Nachwuchs-



**«Gemeinsames Engagement ist eine Chance, Mitarbeitende und Gäste zu binden.»**

Christian Schübert  
Glärnischhof, Zürich



**«Die Zertifizierung half uns zu sehen, wo wir stehen, wo wir uns steigern können.»**

Ramona Vogt  
Valbella Inn Resort, Lenzerheide



**«Rund zehn Prozent unserer Gäste nutzt die klimaneutrale Übernachtung.»**

Seraina Zahner  
Schweizerhof, Bern



**Umweltgruppe Das Konzept des «Schweizerhof Bern» macht Schule**

«The Green Busters» nennt sich die Umweltgruppe im Hotel Schweizerhof Bern, die von Seraina Zahner ins Leben gerufen wurde. Entstanden ist sie im Rahmen ihrer Bachelorarbeit über Corporate Social Responsibility (CSR). Für eine Bestandsaufnahme hat sie eine interne Gruppe gebildet. «Ich habe einen Aufruf unter den rund 150 Angestellten gemacht und zwölf Personen von der Küche über die Haustechnik bis zum Housekeeping und quer durch alle Hierarchien vom Praktikanten bis zur leitenden Angestellten ausgewählt», erklärt Zahner. Die Gruppe ist heute fester Bestand-

teil des Unternehmens und betreibt einen eigenen Gruppenchat. Man trifft sich fix alle zwei Monate. Besprochen werden jeweils die neusten Zahlen (CO<sub>2</sub>-Bilanz, Foodwaste-Auswertung), ein jeder berichtet über seinen Stand der Projekte, es werden Pendenzen besprochen, Ziele definiert. «Am Schluss gibts den Ideenpool, der – wie überhaupt alles – im Protokoll festgehalten wird.» Und neulich, so Zahner, seien Mitarbeitende vom ebenfalls für Bürgerstock Selection gehörenden Hotel Royal Savoy in Lausanne zu Besuch gewesen – zwecks Gründung einer eigenen Umweltgruppe. fee

**Ibex Fairstay Schweizer Label für Nachhaltigkeit**

Ibex Fairstay (früher Steinbock-Label) ist das Schweizer Gütesiegel für Nachhaltigkeit, das Beherbergungsbetriebe begleitet und zertifiziert. Die Beratung, Begleitung und Auszeichnung beinhaltet Management, Ökologie, Regionales, Soziales, Finanzen. Anhand von Berechnungen und Analysen werden Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt. Es gibt die Auszeichnungen Bronze, Silber, Gold oder Platin – schweizweit sind es 60 Hotels, Hostels und Kliniken.

ibexfairstay.ch

**Green Globe Internationale Zertifizierung**

Green Globe ist eine 1993 gegründete, international tätige Zertifizierungseinrichtung. Sie wurde speziell für die Reise- und Tourismusindustrie entwickelt und arbeitet weltweit gemäss ISO 17021. Die Auditionierung vor Ort umfasst eine Reihe praxisrelevanter Indikatoren. Die Kriterien variieren je nach Art und Grösse des Hauses, sind dynamisch und werden zweimal jährlich überarbeitet. Aktuell sind in der Schweiz 17 Betriebe Green-Globe-zertifiziert.

greenglobe.com