

Bachelor-/Master-/Studienarbeiten

Um sich nachhaltig weiterzuentwickeln, versuchen Hotels und Unternehmen verschiedene innovative Ideen in ihren Betrieb zu integrieren. Hierbei unterscheidet man zwischen ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit. Beispiele zur Unterstützung der ökologischen Nachhaltigkeit sind hoteleigene Roof Top-Gärten auf welchen Obst- und Gemüsebeete für die Nachbarschaft angeboten werden. Ein Beispiel für ökonomische Nachhaltigkeit sind Shared-Services, wie Co-Working Spaces und ein Beispiel für soziale Nachhaltigkeit ist das Spenden übriger Lebensmittel an Bedürftige.

1. Was macht Ihr Hotel/ Unternehmen um die Beziehung zur Nachbarschaft nachhaltig zu fördern und zu erhalten? Nennen Sie bitte konkrete Maßnahmen. Bedenken Sie ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit.

- kostenpflichtige Leistungen für Externe / Nachbarn: Frühstück / Brunch,
- Massagen, Nutzung Wellnessbereich
- kostenfreie Leistungen für Externe / Nachbarn: Nutzung Fahrradpumpstation
- Teilnahme an Nachbarschaftsgruppe, die sich gegen Laubbläser einsetzt
- Nachbarn werden bei schwereren Tätigkeiten ggf. vom Hausmeister unterstützt
- Kommunikation vor und während Umbaus: Verteilung von Briefen und Keksen für umliegende Nachbarn mit Infos zum Umbau, sowie
- Kontaktdaten falls es mal ein Problem mit der Baustelle geben sollten (siehe <https://www.hotel-luise.de/stories/umbau-im-creativhotel/>)
- Veranstaltungen im Hotel an denen auch Nachbarn teilnehmen können, z.B. Erlanger Rädli
- ausrangierte Möbel und Elektronik werden an Studenten und Bedürftige weitergegeben
- Dinge, für die das Hotel keine Verwendung mehr hat, werden z.B. über ebay-Kleinanzeigen an Nachbarn verschenkt (siehe <https://www.hotelluise.de/nachhaltigkeit/>)
- Hotel kümmert sich um angrenzende Grünfläche, die nicht mehr zum Hotel gehört (Laub entfernen, zurückschneiden etc.)
- Hotel stellt auf Hotelgelände Car-Sharing Parkplatz bereit -> für Nachbarn gut und leicht erreichbar, wenn sie diese Dienstleistung nutzen möchten

2. Welchen Nutzen ziehen Sie aus den genannten Maßnahmen? Ökologisch, ökonomisch und sozial.

- Positive Wahrnehmung bei Nachbarn -> empfehlen Creativhotel weiter bzw. bringen eigenen Besuch im Hotel unter
- Durch offene Kommunikation gab es kaum Beschwerden während des

Umbaus

3. Welchen Nutzen zieht Ihrer Meinung nach die umliegende Nachbarschaft aus den Maßnahmen? Ökologisch, ökonomisch und sozial.

- Unser Umweltbestreben und somit die Ökologische Nachhaltigkeit versuchen wir durch eine Vielzahl an Kanälen (Social Media, Website, Vorträge etc.) und Veranstaltungen auch an Erlanger an sich und unsere Nachbarn weiterzugeben
- Der soziale Aspekt ergibt sich begrenzt aus dem Austausch und dass das Hotel als Anlaufstelle rund um die Uhr erreichbar ist.

4. Planen Sie in Zukunft weitere innovative gemeinschaftsorientierte Dienstleistungen für Ihre Nachbarschaft anzubieten? Falls Planung bereits besteht, welche Dienste werden dies sein? Falls nicht, haben Sie kreative Ideen für zukünftige Dienstleistungen?

- Zukünftig sollen mehr an öffentlichen Veranstaltungen angeboten werden: speziell in den Bereichen Umweltbildung, Nachhaltig Leben und Arbeiten
- Diese Workshops sollen zum Teil kostenfrei auch für unsere direkten Nachbarn angeboten werden
- Unser langer und großer Umbau hat auch viele der Nachbarn neugierig gemacht und so werden wir diese einladen und durch Führungen unsere Veränderungen und Umbauten zeigen und die umwelttechnischen Gründe hierfür erläutern

Aus welchen Gründen verfolgen Sie das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Betrieb?

- Das Hotel ist ein Familienunternehmen in der dritten Generation -> schon seit Ende der 80er Jahre setzt sich die Familie intensiv für Umweltschutz und Nachhaltigkeit ein -> es wird weitergeführt und weiterentwickelt

Worin sehen Sie den Anreiz zum innovativen und nachhaltigen Handel?

- Zum einen um Mitmenschen zu zeigen, dass Nachhaltigkeit nichts mit Verzicht zu tun hat und dadurch Leute zu animieren, sich selbst nachhaltiger im Alltag zu verhalten.
- So können Menschen das Gefühl wahrnehmen, dass man besser lebt und dabei weniger Schaden verursacht. Man kann damit die intrinsische Motivation steigern.
- Zum anderen selbstverständlich um die Umwelt zu schützen und zu erhalten

Wie lässt sich aus Ihrer Sicht Nachhaltigkeit und Produktinnovationen verbinden?

- Eine Möglichkeit Nachhaltigkeit und Produktinnovation zu verbinden, ist es Produkte nach dem Cradle-to-Cradle Prinzip zu konzipieren. Dabei ist die Idee

dahinter, dass das Produkt am Ende seines Lebenszyklus, wieder in den Wertkreislauf zurückgeführt werden kann.

Ein Beispiel wäre hier zum Beispiel der Teppichboden aus recycelten Fischernetzen, welcher in den nachwachsenden Hotelzimmern verlegt wurde.

- Man kann auch von dem Ansatz ausgehen, dass man für ein Konzept als Grundlage Nachhaltigkeit voraussetzt und danach dann das Konzept entwickelt. Das erfordert dann neue Wege zu gehen und zu finden, um stets diese Voraussetzung in jedem Punkt zu erfüllen. So sind wir bei unserem Projekt der nachwachsenden Hotelzimmer vorgegangen: <https://www.hotel-luise.de/hotel/das-nachwachsende-hotelzimmer/>

Wie wirken sich die Nachhaltigkeitsmaßnahmen in Ihrem Hotel auf die Zufriedenheit Ihrer Gäste aus?

- Positiv
- Nachhaltigkeit wird immer wichtiger für die Gäste. Bietet dadurch einen Mehrwert, dass unsere Gäste echte Qualität und Luxus genießen können, ohne ein schlechtes Gewissen dabei haben zu müssen.

Auf welchem Weg bekommen Sie das Feedback von Ihren Gästen?

- Persönlich vor Ort im Hotel (z.B. beim Check-in/ Check-out)
- Online (über Buchungsportale, Google, Social Media etc.)

Wie trägt die Integration von Nachhaltigkeit im Hotelbetrieb zum Kundennutzen bei?

- Der Gast in zweifacher Hinsicht einen Mehrwert durch die Nachhaltigkeit. Zum einen kann er seinen Hotelaufenthalt mit gutem Gewissen genießen. Zum anderen kann er vielleicht etwas für sich selber mitnehmen und feststellen, dass Nachhaltigkeit nichts mit Verzicht zu tun haben muss.

Wie reagierten Ihre Gäste auf die Einbindung von nachhaltigen Produktinnovationen in das Hotel?

- Positiv / Neutral. Vielen Gästen ist nicht zwangsläufig bewusst, wie nachhaltig das Hotel und die verwendeten Produkte sind.
- Durch einige der im Hotel verwendeten Produktinnovationen wird der sonst eher abstrakte Begriff der Nachhaltigkeit greifbarer. Das beste Beispiel sind hierbei unsere nachwachsenden Hotelzimmer: So schläft der Gast in einem Bett aus Kokosnuss- und Algenfasern und duscht wie ein Astronaut in einer Dusche, die ursprünglich für die Mars-Mission entwickelt wurde (<https://www.hotel-luise.de/hotel/dasnachwachsende-hotelzimmer/>)

Was sind Ihrer Meinung nach die Vorteile für die Gäste bei der Einführung von nachhaltigen Produktinnovationen?

- Bewusstsein schärfen / zeigen dass Nachhaltigkeit nicht Verzicht bedeuten muss, sondern durchaus ein Mehrwert bieten kann. Beispiel: Nachhaltige Hotelzimmer
 - ➔ Astronautendusche: Einsparung von bis zu 80% Wasser und bis zu 90% Energie
- Echte Qualität und Luxus ohne schlechtes Gewissen genießen können.
- Nachhaltigkeit bedeutet im Kreativhotel vor allem eine Qualitätssteigerung. Ein gutes Beispiel sind z.B unsere Vollholzmöbel -> Sie sind von der Wertigkeit deutlich höher als Möbel aus Spanplatten oder Ähnlichem. So sind sie unter anderem auch von der Haptik deutlich besser. Das Gleiche gilt auch bei unserem Frühstück. Die Qualität von Bio-Produkten ist in der Regel deutlich besser als die bei konventionellen Produkten.

Welche Herausforderungen sehen sie in Bezug auf Innovationen auf Sie zu kommen?

- Generell muss oft mit Problemen und Sackgassen bei nachhaltigen Innovationen gerechnet werden, man muss risikofreudiger und gewagter sein. Nachhaltige Innovationen können durchaus sehr teuer sein, so dass man schauen muss, wie diese umgesetzt werden können. Sie passen meist nicht in einen 2-3 Jahre Amortisationsplan. Meistens dauert es länger bis sich eine Innovation amortisiert, aber ist dafür vom Effekt deutlich langanhaltender und wirksamer. Es kann auch sein, dass die Wirkung einer nachhaltigen Innovation sich nicht unbedingt in Zahlen messen lässt. Dennoch können die Auswirkung sehr positiv für das Unternehmen sein, z.B. wenn das nachhaltige Image dadurch grundlegend verbessert wird und die Innovation dadurch sehr effektiv fürs Marketing genutzt werden kann.

Das Kreativhotel ist seit 2010 klimaneutral. Seit wann ist es klimapositiv?

- 2015

Energie wird mit Wasserkraft, Solaranlagen und Fernwärme erzeugt. Stimmt das so oder welche Maßnahmen werden im Bereich Energie ergriffen?

- Wir selber haben eine 23 kWp Photovoltaikanlage, der Rest wird über unseren Stadtwerke Ökostrombezogen. Die ESTW betreiben einen Windpark und einige kleine Wasserkraftwerke vor Ort, der Rest wird zugekauft. Die ESTW stellen uns auch die Fernwärme zur Verfügung.

Welche Maßnahmen werden im Bereich "Wasser" ergriffen?

- Das Übliche wie Perlatoren, Wasserspararmaturen. Außerdem haben einige Zimmer eine Regenwassertoilettenspülung, wir sammeln das Regenwasser, nutzen Oberflächengrundwasser zur Gartenbewässerung, haben Orbital Systems Duschen in wenigen ausgewählten Zimmern. Eine große Wasserersparnis ist auch das Auslagern des Wäschewaschens in Großwäschereien, die deutlich effizienter waschen können.

Das Creativhotel produziert 85 % weniger Abfall als vergleichbare Hotels. Durch welche Maßnahmen?

- Keine Kleinverpackungen, durch die müllorientierte Auswahl von Produkten, detailliertere Müll und Ressourcentrennung, Prozessoptimierungen, das meiste kann durch aufmerksame Mitarbeiter und Mitdenken eingespart werden bei uns.

Welche nachhaltigen Maßnahmen werden im Bereich Reinigung ergriffen?

- Wir arbeiten eng mit Tana/Werner Mertz zusammen, nachhaltige Reinigungsmittel und Cradle-to-Cradle zertifizierte verpackungen, effiziente Mischanlagen und arbeiten mit Konzentraten, Dampfreinigungsgeräte um Reinigungsmittelfrei reinigen zu können, kontinuierliche Schulungen des festangestellten Personals (das ist sehr wichtig, um die Reinigung effizient und sparsam umzusetzen)

Wie wird der Wellnessbereich nachhaltig gestaltet?

- Bedarfsgerechte Steuerung der Saunen, bei wenige Gästen nur auf Nachfrage, erstes Anheizen zu sonnenintensiven Tageszeiten (PV-Strom), Verzicht auf Wasserintensive Gerätschaften (Whirlpool), Vollholzmöbel und Nachhaltige Einrichtung, sehr viele lebende Pflanzen, nur biologisch abbaubare Seifen und Shampoos in den Duschen (auch in den Zimmern), Vollholzfitnessgeräte, Wellnessbereich ist von oben mit Dachbegrünung gedämmt und zwei Seiten befinden sich im Erdreich zur Dämmung. Der Rest ist hochwertig gedämmt. Teppich aus Fischernetzen im Ruheraum, Nachhaltige Raumfarben, Lüftung mit Wärmerückgewinnung, Bodendämmung, Fußbodenheizung, u.v.m.

Was verstehen Sie unter dem Begriff Nachhaltigkeit?

- Nachhaltigkeit bedeutet für mich „Anständig leben“. Außerdem betrachte ich Nachhaltigkeit wie ein Spiel bei dem man immer wieder versucht das nächste Level zu erreichen und noch nachhaltiger zu werden.

Welche Bedeutung kommt den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit zu?

- Für uns stellt sich diese Frage nicht, denn Nachhaltigkeit ist für uns der Grundsatz für jegliches Handeln und alle Entscheidungen.

Worin sehen sie Chancen/Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben?

- Auf unserer Website unter dem Punkt „Storys“ gibt es eine Vielzahl an Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsprojekten und welche Chancen und Herausforderungen damit verbunden sind. Ein gutes Beispiel sind hier unsere nachwachsenden Hotelzimmer. Diese sind nach dem Cradle-to-Cradle Konzept entwickelt und zeigen, dass Nachhaltigkeit keinesfalls mit viel höheren Preisen und Komfortverlust einhergehen muss. <https://www.hotel-luise.de/das-nachwachsende-hotelzimmer/> Das ist auch eindeutig eine der Herausforderungen: die meisten Menschen denken, Nachhaltigkeit ist teurer und hat meistens mit Verzicht zu tun. Wir möchten zeigen, dass Nachhaltigkeit ein Mehrwert ist. Zu den Chancen zählt eindeutig auch das Einsparen von Kosten. Wir haben zum Beispiel durch eine Sanierung 2018/2019 unsere Energieeffizienz deutlich verbessert und sparen nun einen großen Teil an Energie ein. Und auch unseren diversen Upcyclingprojekte helfen uns zum Beispiel Neuanschaffungen zu vermeiden und Müll zu reduzieren. Hier gibt es auf jeden Fall eine Vielzahl an Chancen (siehe Website)

Welche nachhaltigen Aspekte werden von Hotel- und Beherbergungsbetrieben am meisten vernachlässigt?

- Können wir so nicht genau sagen, weil wir nicht genau wissen, wie andere Betriebe mit diesem Thema umgehen. Wir haben nur die Beobachtung gemacht, dass allen voran soziale Aspekte speziell in der Gastronomie vernachlässigt werden. Gleiches gilt im Convenience Food Bereich.

Es gibt viele Zertifizierungsmöglichkeiten in punkto Nachhaltigkeit. Jedes ist erwerblich und hat unterschiedliche Schwerpunkte und Anforderungen.

a. Welche kennen Sie?

- Wir kennen ungefähr 40 verschiedene Zertifizierungen.

b. Welche sind für Sie am bedeutsamsten?

- Viabono, Klima Hotels, EU Eco-Label, EMAS

c. In einer Diskussion kam die Idee auf, dass alle Betriebe verpflichtet werden einen CO₂ Fußabdruck zu machen, sodass die mit dem meisten CO₂-Ausstoß einen höheren Beitrag abgeben müssen, als die, die bereits nachhaltig engagiert sind, bzw. klimaneutral/-positiv. (Im Idealfall wird der summierte Betrag für Kompensation genutzt) Dies soll bezwecken, dass Betrieben die Zer.fizierungskosten erspart bleiben und somit ein wenig entlastet werden.

Was halten Sie von der Idee?

- Wir finden, das hätte schon vor 10 Jahren zum Gesetz werden müssen!

7. Was halten Sie von den SDGs als Rahmen?

a. Wie können diese in Hotel- und Beherbergungsbetrieben umgesetzt werden?

- Wir finden die SDGs eine tolle Sache, so dass wir stets versuchen, wenn möglich, diese umzusetzen. Mittlerweile haben wir bereits über 200 Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt, die immer ein bis mehrere SDGs abbilden.

b. Faire Arbeitsbedingungen (SDG 8), Herausforderungen wie Arbeitszeiten, Überstunden... in Hotel- und Beherbergungsbetrieben sind bekannt. Warum werden keine (staatlichen) Optimierungen vorgenommen?

- Es gibt viele Eingriffe aus staatlicher Sicht, die die Hotellerie einschränken diesbezüglich. Wir haben jedoch keinerlei Probleme damit, da es so gut wie keine Überstunden bei uns gibt. Es liegt nicht am Staat dies zu verbessern, sondern an den einzelnen Betrieben, was durchaus möglich ist. In zweiter Ebene kann auch ein nicht unbeträchtlicher Anteil an Verantwortung beim Konsumenten gesehen werden. Billige Preise gewährleisten natürlich keine fair bezahlten Mitarbeiter.

8. Was unternimmt der Staat explizit für Hotel- und Beherbergungsbetrieben, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten?

- Es gibt ausführliche Infos auf der Seite des Umweltbundesamtes als auch bei der DEHOGA usw.

9. Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs? Wenn ja, welche?

- Ja, es gibt eine Vielzahl an Programmen, sowohl regional als auch auf Bundesebene. Diese sind auf den Seiten der verschiedenen Ministerien, der DENA etc. zu finden.

10. Was ist ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bezgl. einer nachhaltigen Ausrichtung/Gestaltung?

- Nachhaltigkeit in der Hotellerie ist kein so großes Problem, wie viele denken. Man muss einfach den ersten Schritt machen! Meist entwickelt man sich dann nach und nach in eine nachhaltigere Richtung.

1.) Warum haben Sie sich dafür entschieden Nachhaltigkeit in Ihrem Marketing hervorzuheben?

- Wir legen in jedem Bereich unseres Hotels einen Fokus auf Nachhaltigkeit, so auch in unserem Marketing.
- Das hat verschiedene Gründe. Natürlich bedeutet unser nachhaltiges Konzept auch einen Wettbewerbsvorteil, den wir durch unser Marketing hervorheben möchten. Zusätzlich sehen wir uns aber auch als Vorbild, das andere

Unternehmen und Menschen dazu motivieren möchte, ebenfalls nachhaltiger zu werden. Das geschieht zum Beispiel durch Texte auf unserer Website (siehe: <https://www.hotel-luise.de/stories/>) oder auch durch Gewinnspielen mit nachhaltigen Produkten als Preis aus Social Media und vieles mehr. Des Weiteren möchten wir durch unser Marketing Transparenz im Bereich Marketing schaffen und aufzeigen, was uns als Hotel besonders nachhaltig macht.

2.) Es ist bekannt, dass durch Nachhaltigkeit eine gewisse Kostenersparnis erzielt werden kann. Ist dies der Grund für Ihr Konzept?

- Nein, dem Kreativhotel Luise geht es um einen ganzheitlichen Ansatz zum Wohle der Umwelt, des Klimas und der Gesellschaft. Auch wenn einerseits an mehreren Stellen etwas (ein)gespart werden kann, sind andererseits nachhaltige Alternativen oft teurer als konventionelle Produkte.

3.) Nachhaltigkeit hat sich zu einem allgegenwärtigen Thema entwickelt. Finden Sie, dass sich dadurch ein gewisser Druck (gesellschaftlich, politisch) auf Sie ausübt?

- Nein, da wir schon seit 1988 immer sehr viel für die Nachhaltigkeit / den Umweltschutz gemacht haben, haben wir nicht das Gefühl als ob Druck auf uns ausgeübt werden würde. Im Gegenteil: Wir bekommen mehr und mehr Aufmerksamkeit durch unser konsequent nachhaltiges Konzept (z.B. durch Zeitschriftenartikel, Fernsehbeiträge, Radiobeiträge etc., viele Auszeichnungen, dieses Jahr sogar Nominierung für den deutschen Tourismuspreis)

4.) Nennen und erläutern Sie spezielle Beispiele, wie Sie Nachhaltigkeit in verschiedenen Bereichen umsetzen.

- Food Management:
regionale Produkte
Buffetreste an Personal/ Tafel weitergeben
große Auswahl an Bio- und Fairtrade-Produkten
eigener Kräutergarten
eigener fränkischer Obstgarten
hoteleigener Honig (Bienenstock im Hotelgarten)
alle Getränke regional bzw. Bio-zertifiziert
große Auswahl an vegetarischen und veganen Produkten, um reduzierten Fleischkonsum zu fördern
- Waste Management:
keine Marmelade in Portionsverpackungen Vermeidung sämtlicher Kleinstverpackungen à mittlerweile Zero-Waste Frühstücksbuffet Auch keine Mini-Kosmetikprodukten und Einwegschlappen auf den Zimmern zur Vermeidung von Müll
Grundsätzlich wird immer geschaut, was aus etwas Ausrangiertem noch gemacht werden kann: viele Upcycling-Projekte im Hotel zur Reduktion von Müll (siehe <https://www.hotel-luise.de/hotel/upcycling/>)
Es wird insgesamt 88% weniger Müll produziert im Vergleich zu einem Beherbergungsbetrieb der gleichen Sternenkategorie
- Energie Management:

Glühlampen durch LED's austauschen

isolierte Fenster/ Wände

es werden ausschließlich LEDs im Hotel verwendet

Hotel besitzt eigen Photovoltaikanlage zur Stromgewinnung

Wärmeabsenkung in der Nacht

alle Neuanschaffungen an Elektronikgeräten müssen Standard A +++ aufweisen

alle Hotelgebäude besitzen gute Wärmedämmung

Intelligente Gebäudeleittechnik zur Automatisierung von Heizkreisläufen

Hotel besitzt mehrere Orbital-Duschen, die bis zu 80% Energie einsparen

47% weniger Endenergie wird pro Gast im Vergleich zu einem durchschnittlichen

Beherbergungsbetrieb der gleichen Sternekategorie verbraucht

- Wasser Management:

Hinweisschilder zur effizienten Wassernutzung

eigene Regenwasserzisterne

Verwendung von Regenwasser für die Toilettenspülung

Verwendung von Oberflächen-Grundwasser zum Gießen von Pflanzen

In allen Zimmern sind wassersparende Amaturen und Perlatoren verbaut

- Sauberkeit:

umweltfreundliche Putzmittel

Verwendung von Cradle-to-Cradle zertifizierten Putzmitteln der Marke Frosch

speziell geschultes Personal (geht z.B. besonders sparsam mit Reinigungsmitteln um)

Verwendung von Teppichen aus recycelten Fischernetzen, die leicht zu reinigen und besonders hygienisch sind

5.) Nutzen Sie erneuerbare Energien?

- Ja, Hotel besitzt eigene Photovoltaik Anlage zur Stromerzeugung Nutzung energieeffizienter Fernwärme der Erlanger Stadtwerke (ausschließlich Ökostrom aus Wasserkraftwerken)

6.) Sehen Sie Nachhaltigkeit im Konflikt mit der Qualität in einem Hotel?

- Nein, wir sehen eher einen Zusammenhang darin. Ganz nach dem Motto von Prof. Dr. Braungart wollen wir nicht einfach nur Nachhaltigkeit, sondern echte Qualität. Nachhaltige Alternativen haben oft eine höhere Qualität als konventionelle Produkte. Ein gutes Beispiel ist zum Beispiel unser Frühstück. Bio- und Fairtrade-Lebensmittel sowie regionale Produkte haben in den allermeisten Fällen eine deutlich bessere Qualität als konventionell erzeugte Lebensmittel. Für uns steht im Vordergrund einen möglichst nachhaltigen Weg zu gehen, ohne den Komfort unserer Gäste einzuschränken. Aufgrund der vielen nachhaltigen Alternativen ist das mittlerweile auch gut möglich. Ein anderes gutes Beispiel sind zum Beispiel die Betten in unseren nachwachsenden Zimmern. Sie bestehen aus Kokos- und Algenfasern und man kann sehr gut auf ihnen schlafen.

7.) Welche Zielgruppe ist in Ihrem Hotel am meisten vertreten?

- Als Stadthotel haben wir hauptsächlich Geschäftsreisende als Gäste, jedoch nimmt der Anteil an Privatreisenden immer mehr zu.

8.) Planen Sie an weiteren nachhaltigen Alternativen für die Zukunft?

- Selbstverständlich soll das Hotel immer nachhaltiger werden. Ziel ist es, dass das Hotel ein „nachwachsendes Hotel“ wird. Das heißt alle verwendeten Materialien usw. sollen nach dem Gebrauch in den Kreislauf zurückgeführt werden (siehe unsere nachwachsenden Hotelzimmer: <https://www.hotel-luise.de/hotel/das-nachwachsende-hotelzimmer/>)
Auch sind wir gerade auf dem Weg zu einem komplettfreien Frühstück. Mittlerweile haben wir schon ein Zero-Waste-Frühstücksbuffet.

9.) Inwiefern geht Ihr Hotel auf die soziale Nachhaltigkeit ein?

- Das Hotel versucht alle drei Säulen der Nachhaltigkeit in den Fokus zu setzen. So spielt natürlich auch die soziale Nachhaltigkeit eine Rolle. Dafür werden verschiedene Dinge getan. Zum einen ist das Hotel Mitglied beim Familienpakt Bayern, d.h. dass es besonders viel Wert auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf legt. Geschieht durch flexible Arbeitsmodelle, besondere Berücksichtigung von Eltern bei Urlaubsplanung, Notfalllösungen im Krankheitsfall des Kindes etc. Bei uns ist jeder als Kollege willkommen, auch die die es vielleicht schwerer haben auf den Arbeitsmarkt (Rentner; Menschen mit Behinderung; Menschen mit schlechten Sprachkenntnissen).
- Alle Mitarbeiter sind festangestellt und werden übertariflich bezahlt (leider noch unüblich in der Hotelbranche).
- Ausrangierte Möbel, Elektronik etc. werden an Bedürftige weitergegeben.
- Hotel ist Unterzeichner der Charta der Vielfalt.

Die unten stehenden Zahlen sind vor allem aus dem Jahre 2017 für unsere Zertifizierung 2018. Grund dafür ist einerseits ein großer Umbau, den wir 2018/19 hatten und darauf folgend die Corona-Krise. Beide Ereignisse haben dafür gesorgt, dass wir keine wirklich aussagekräftigen Zahlen haben, da in diesen Jahren kein Normalbetrieb möglich war. Ich hoffe Sie können dennoch mit diesen Zahlen etwas anfangen.

1. Anforderungen der Auszeichnung Viabono - Könnten Sie mir bitte die Kennzahlen nennen, die auch zum Bestehen der Viabono-Anforderungen von Nöten waren:

- > (Ab-)Wasser : Liter / Übernachtung: Auf 21.309 Übernachtungen wurden Wasser 3673m³ im Jahr 2017 verbraucht (Liter/Übernachtung müsste noch ausgerechnet werden)
- Abfall : Liter Restmüll / Übernachtung: Im Jahr 2017 fielen 4x120 Liter Restmüll an, die alle 14 Tage geleert wurden, (müsste aufs Jahr gerechnet werden und anschließend durch die Übernachtungen geteilt)
- > Energie & Klima : kWh / Übernachtung 154.400 gesamten Jahr 2017 (muss durch Übernachtungen geteilt werden) & kg CO₂ / Übernachtung: 11,88 kg/Übernachtung -

Könnten Sie mir bitte die folgenden Informationen zu den von Ihnen angebotenen Lebensmitteln nennen?

- ▶ Wie hoch ist die Anzahl an Produkten / Produktgruppen, die 1. Regional / 2. Fair gehandelt werden? Anteil der regionalen Produkte beträgt 45%, Faire Produkte sind bei uns Kaffee & Tee, da der Rest aus der Region/ Deutschland kommt. ▶ Wie hoch ist die Anzahl an Produkten / Produktgruppen mit Bio-Zertifizierung? 75% der Produkt sind bio-zertifiziert (Stand 2019), der Anteil saisonaler Produkte beträgt 30%

2. Inhalt / Anforderung der Zertifizierung Klima-Hotels - Aus welchem Grund war es Ihnen ein Anliegen Teil der Klima-Hotels zu sein?

- Die Hotellerie Branche ist sehr von einer Wegwerfmentalität geprägt und an vielen Punkten sehr verschwenderisch. Gäste haben da zum Beispiel auch oft die Haltung „Im Urlaub muss ich mir mal was gönnen“ wodurch z.B. Wasser-, Energieverbrauch etc. deutlich höher sind als im Alltag. Das Creativhotel möchte deswegen mit anderen Hotels zusammen ein Vorbild sein und zeigen, dass es durchaus anders geht. Und zwar ohne, dass der Gast auf irgendetwas verzichten muss. Daher ist es Mitbegründer der Klimahotels in der Hoffnung andere Hotels zu inspirieren und Gästen zu zeigen, dass sich Nachhaltigkeit und Komfort durchaus nicht ausschließen.

Bieten Sie Mitarbeitende-Ausflüge, Aktivitäten oder etwas anderes an um zu einer guten Work-Life-Balance Ihrer Mitarbeitenden beitragen zu können? (diese Frage betrifft die Klima-Hotel Vorgabe FAIR zu Mitarbeitern):

- Auch hier müssen wir leider allen voran auf die Zeit vor Corona verweisen, da wir bis heute keinen Normalbetrieb haben. Zu dieser Zeit haben jedoch regelmäßig Wanderungen, Workshops und Ausflüge zusammen mit den Mitarbeitern stattgefunden.

3. Allgemeine Fragen

Seit wann sind Sie Viabono zertifiziert?

- Seit 2009 sind wir zertifiziert.

Seit wann gehören Sie zu den Klima-Hotels?

- Wir sind Mitbegründer der Klimahotels. Die Gründung fand 2010 statt und seitdem sind wir natürlich auch Mitglied.

Wie viele Gäst:innen übernachten jährlich bei Ihnen?

- Im Jahr übernachtetet 21.309 (2017) Gäst:innen bei uns, was ungefähr auch den Zahlen der Vorjahre entsprach. Zum Vergleich: währen der Corona-Zeit im Jahr 2020 übernachteten lediglich 5.822 Gäste:innen bei uns.

Zu viel Prozent ist Ihr Hotel etwa ausgebucht?

- 56% (2017)

Sie sind ein klimapositives Hotel und haben den Viabono Co2-Fußabdruck Check durchlaufen. Wäre es möglich, dass Sie mir die dabei errechneten Werte nennen?

- In der Mail finden Sie unseren Fußabdruck vom Jahr 2018 mit allen Antworten zu den Fragen. ▶ CO!-Emissionen pro Gast und Übernachtung ▶ CO!-Emissionswerte, aufgeschlüsselt in die Bereiche Mobilität, Gebäude, F & B, Print, Reinigung/Wäsche sowie Sonstiges ▶ die gesamten CO!-Emissionen ihres Betriebes ▶ ihre Klimateffizienzklassen-Einstufung

Interview mit Ben Förtsch

Was bedeutet es für Sie, ein nachhaltiges Leben zu führen? Wie definieren Sie für sich persönlich „Nachhaltigkeit“?

- Nachhaltigkeit ist echte Qualität und auch günstiger Luxus, denn man muss sich kaum mehr Gedanken darüber machen, wie sehr man der Welt schadet, wenn man es nicht tut. Man kann einfach leben.

Aufgrund des Corona-Virus' hat die Regierung für Hotelbetriebe starke Einschränkungen festgelegt. Wie beeinflusst das Ihre Arbeit im Hotel und wie hat sich diese seither verändert?

- Extrem. Kurzarbeit und leeres Haus. Zwar ist das eine Möglichkeit, um einiges zu tun, was auf der Strecke geblieben ist, aber insgesamt ist es eine Katastrophe.

Wie gehen Sie mit der Krise um? Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um das Beste aus der Situation zu machen?

- Wir hatten das ER-Carepaket gestartet und mit 425 verkauften Paketen auf erfolgreich abgeschlossen (siehe www.hotel-luise.de/Shop), wir haben einen Online Shop erstellt, Hotel Office gestartet und nehmen in Kooperation mit der Stadt Coronapatienten auf.

Wie sind Sie auf die Idee für das ER-Care-Paket gekommen?

- Gute Frage, die Idee hatte ich einfach.

Wie wird das Konzept des „Hotel-Office“ angenommen? Ist dies ein Angebot, was Sie auch in Zukunft beibehalten wollen?

- Nein, leider wurde es nicht so wirklich angenommen.

In welcher Form bieten Sie noch Nachbarschaftshilfe an?

- Wir sind Ansprechpartner, Vermittler und wir erledigen Besorgungen vom Einkauf bis Post und Apotheke.

Sind Maßnahmen wie diese für Sie auch Teil eines nachhaltigen Lebens?

- Selbstverständlich.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit für Sie in Zeiten der Krise?

- Sie ist die Basis all meines Handelns, das ändert auch eine solche Krise nicht. Sicherlich gibt es Bereiche in denen die Nachhaltigkeit etwas abnimmt, aufgrund der Hygienerichtlinien, nichtsdestotrotz geben wir uns Mühe, nachhaltige Alternativen zu finden.

„Fight every crisis“: In der Corona-Krise hat die Politik sehr schnell drastische Maßnahmen ergriffen. Dabei wird der Vorwurf laut, die Klima-Krise - und auch alle anderen Krisen - würden nicht in gleichem Maße ernst genommen. **Wie stehen Sie dazu? Wo sehen Sie Verbesserungspotential? Sehen Sie die Verantwortung, in der Klima-Krise zu handeln, vor allem bei der Politik oder bei sich persönlich?**

- Dem Vorwurf kann ich nur zustimmen. Aber so ist das mit den Menschen. Es muss einen persönlich hart betreffen, damit man etwas ändert. Die Klima-Krise ist bei vielen nicht greifbar. Es ist zu komplex für das Verständnis vieler. Die Politik muss Rahmenbedingungen schaffen und die Bürger in die Pflicht nehmen. Aber das passiert eben nicht wirklich. Das wird erst passieren, wenn die existenziellen Bedrohungen durch die Klima-Krise Deutschland erreichen. Als Gewohnheitstier relativieren wir unser Verhalten, um die Veränderungen zu verhindern. Viele Menschen sind ja tatsächlich der Überzeugung, sie täten schon genug für den Klimaschutz, dabei ist das bei nahezu allen weit gefehlt.

Was war der ausschlaggebende Punkt das Hotel Luise ins Leben zu rufen?

- Das Hotel Luise wurde 1956 gegründet, allen voran um Geschäftsleuten wie Siemensmitarbeiter*innen eine Unterkunft bei Geschäftsreisen zu bieten. Seitdem ist es in Familienbesitz, mittlerweile in der dritten Generation. Seit Ende der 80er Jahre wird das Hotel nach umweltfreundlichen Grundsätzen geführt und ist seitdem ein Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit in der Hotellerie.

Was war Ihnen bei der Ausstattung des Hotels besonders wichtig?

- Selbstverständlich ist besonders der Aspekt der Nachhaltigkeit wichtig bei der Ausstattung. Das bedeutet vor allem in erster Linie so lange nutzen wie möglich, statt neu zu kaufen. So findet man bei uns im Hotel zahlreiche Upcyclingprojekte. Oft nutzen wir alte Sachen, um etwas Neues daraus zu machen. Sei es ein alter Kleiderschrank, der zum wohl kleinsten Konferenzraum der Welt umfunktioniert wird oder die ehemaligen Baustellenplanen aus denen von Mitarbeiter*innen

Wimpel für Girlanden genäht werden.

Wenn dann doch mal etwas neu gekauft wird, ist vor allem ein Aspekt ganz wichtig: die Kreislauffähigkeit des Produktes. Das bedeutet, dass das Produkt ganz nach dem Konzept von Cradle-to-Cradle nach seiner Nutzung wieder in den Kreislauf zurückgeführt werden soll. Ein tolles Beispiel hierfür ist unser Teppich aus recycelten Fischernetzen, den man an verschiedenen Stellen im Hotel findet. Dieser kann nach der Nutzung an den Hersteller zurückgegeben werden, wird dort geschreddert und anschließend zu einem neuen Teppich verarbeitet. (siehe auch: <https://www.luise.eco/ausstattung/kreislauf-teppiche/>)

Gibt es „Laster“ im Hotel, die noch nicht zu 100% nachhaltig sind?

- Natürlich gibt es immer irgendwo Optimierungsbedarf. Gerne würden wir zum Beispiel komplett müllfrei unsere Frühstücksprodukte beziehen. Wir sind da jedoch sehr auf unsere Lieferanten angewiesen und diese bieten nun mal noch nicht überall Mehrwegbehälter oder Ähnliches an.

Können Reisen/Urlaube im Einklang mit Nachhaltigkeit stehen?

- Klar hört man oft das Argument, dass es am nachhaltigsten wäre zuhause zu bleiben. Das ist aber sicher nicht die Lösung. Daher sollte es das Ziel sein, möglichst nachhaltig zu verreisen und Urlaub zu machen. Und das ist durchaus möglich! Angefangen bei der Wahl des Verkehrsmittels, das möglichst umweltfreundlich sein sollte, bis hin zur Unterkunft und die Wahl der Aktivitäten. Mittlerweile gibt es eine große Auswahl an Möglichkeiten, die zeigen, dass Reisen ziemlich umweltfreundlich sein kann. Portale wie greenpearls, hiersein oder wirsindanderswo bieten jede Menge Inspiration und Hilfestellung bei der Planung eines umweltfreundlichen Urlaubs.

Bedeutet Nachhaltigkeit einen Verzicht auf Luxus?

- Nein. Es ist einer unserer wichtigsten Grundsätze unseren Gästen zu zeigen, dass Nachhaltigkeit keineswegs Verzicht bedeutet, sondern durchaus einen Mehrwert. Für uns geht Nachhaltigkeit an vielen Punkten mit richtig guter Qualität und besonderen Erlebnissen einher. Sei es unser Frühstücksbuffet, das ausschließlich aus regionalen, Bio- und Fairtrade-Produkten besteht und dadurch besonders gut schmeckt. Oder unsere nachwachsenden Zimmer, welche nach dem Cradle-to-Cradle Konzept gestaltet wurden. Diese überzeugen nicht nur mit Design und Komfort, sondern auch mit den Erlebnissen, die mit der Übernachtung einhergehen. So kann man in ihnen duschen wie ein Astronaut in einer Dusche, die ursprünglich von der NASA entwickelt wurde und 80% Energie und 90% Wasser spart. Und schlafen in einem besonders bequemen Bett, das unter anderem aus Kokosnuss- und Algenfasern besteht. Wir sind davon überzeugt, dass es richtigen Luxus nur im Zusammenspiel mit Nachhaltigkeit gibt. Luxus darf nicht auf Kosten der Umwelt oder anderer Menschen bestehen. So gehört zu unserem Konzept auch das Thema „ein gutes Gewissen“ während des Aufenthalts mit zum Thema Luxus.

Was sind mögliche Probleme, die andere Hotels davon abhalten, sich um mehr Nachhaltigkeit zu bemühen?

- Viele Unternehmen und Hotels meinen, dass es teuer wäre nachhaltiger zu werden. Dabei können oft an vielen Stellen Kosten eingespart werden. Außerdem wissen viele nicht, wo und wie sie anfangen sollen.

Sprechen Sie mit ihrem Angebot eine bestimmte Zielgruppe an?

- Wir denken bei unseren Gästen nicht in klassischen Zielgruppen. Wir unterscheiden unsere Gäste nicht nach „geschäftlich“ und „privat“, sondern mittlerweile nach deren Bedürfnissen, wie z.B. dem Bedürfnis nach Ruhe & Entspannung, dem Bedürfnis nach Interaktion & sozialem Austausch etc. Und genau diese Bedürfnisse möchten wir erfüllen und die Gäste dementsprechend ansprechen. Der Gast von heute - und noch viel mehr der von morgen - definiert seinen Hotelaufenthalt nicht mehr über rein materielle Werte, sondern über Emotionen und Erlebniswelten, die sich ihm entfalten.

Was sind Hauptprobleme des herkömmlichen Tourismus?

- Beim herkömmlichen Tourismus gibt es viele Probleme. Sei es die Ressourcenverschwendung im Hotel, der respektlose Umgang mit Mensch und Natur vor Ort oder die umweltschädliche Anreise zum Zielort. Das alles muss ganzheitlich gelöst werden, so dass die Verantwortung natürlich zum einen bei den Destinationen/Unterkünften liegt, aber zu anderen auch bei den Reisenden, die bewusster mit ihrer Umwelt umgehen müssen.

Besteht eine Korrelation zwischen Nachhaltigkeit & Naturverbundenheit?

- Es ist auf jeden Fall meistens so, dass die Menschen, denen die Natur am Herzen liegt und die sich naturverbunden fühlen, mehr Sensibilität für ihr eigenes Verhalten und den Einfluss auf die Umwelt haben. Daher geht nachhaltiges Verhalten oft damit einher. Nachhaltigkeit wird aber immer mehr für Unternehmen zum wirtschaftlichen Faktor, so dass Naturverbundenheit gerade bei Unternehmen sicher nicht (nur) der Grund für nachhaltiges Handeln ist.

Beobachten Sie einen „verschwenderischen“ Umgang mit Ressourcen seitens Hotelgäste?

- Diese Frage ist schwer zu beantworten, da bei uns die Gegebenheiten ja schon sehr nachhaltig sind und Gäste nur wenig Möglichkeiten haben sich verschwenderisch zu verhalten. Zum Beispiel findet man an unserem Frühstücksbuffet keinerlei Einwegverpackungen und wir verzichten auch auf Mini-Kosmetikartikel mit Plastikverpackung. Natürlich ist bei dem Thema Nachhaltigkeit oft die Gefahr des „Rebound“-Effekts. Zum Beispiel bei der NASA-Dusche: Wenn der Gast hört, dass sie so viel Wasser und Energie einspart, kann es schon sein, dass er denkt „Jetzt kann ich es mir dann aber wirklich gönnen, besonders heiß und lang zu duschen.“

Kann jedes Hotel ähnliche Standards etablieren?

- Definitiv! Natürlich braucht so etwas Zeit, aber wir möchten dabei unseren Beitrag leisten und andere Unternehmen und Hotels unterstützen. So haben wir auch unsere Wall of Change gegründet (siehe www.luise.eco). Auf dieser haben wir all unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen samt Umsetzungszeitraum, Partnern, Beschreibung und entsprechenden SDGs aufgelistet, um es anderen möglichst leicht zu machen unsere Projekte nachzuahmen.

Haben Sie schon einmal abweisende Reaktionen von Kundinnen wahrgenommen?

- Ja. Manchmal verstehen Gäste bestimmte Gegebenheiten nicht, die bei uns einfach anders laufen. Zum Beispiel ist unser Garten naturnah und insekten- und tierfreundlich gestaltet. Dies bedeutet auch, dass wir Laub und Totholz im Herbst erstmal liegen lassen, da dies Rückzugsort und Nahrung für viele Tier ist (siehe auch <https://www.hotel-luise.de/naturgarten-im-herbst/>). So kam schon mal die Beschwerde, dass unser Garten dringend einen Gärtner bräuchte und nicht gepflegt werden würde, was natürlich so nicht stimmt. Oft kann man jedoch diese Dinge im persönlichen Gespräch klären und ein neues Bewusstsein bei Gästen für solche Situationen schaffen.

Gab es „Greenwashing“ Vorwürfe?

- Bisher gab es zum Glück keinerlei Vorwürfe gegen uns. Wenn es mal Rückfragen zur Nachhaltigkeit gibt, können wir diese ausführlich beantworten und dadurch jeden Verdacht ausräumen.

Wie sieht die perfekte grüne Tourismuszukunft für Sie aus?

- Kreislaufwirtschaft wird für alle Unterkünfte, Anbieter und Dienstleister zur Selbstverständlichkeit (siehe <https://www.luise.eco/konsum/circular-economy/>). Zusätzlich dazu gibt es eine smarte, digitale Besucherlenkung, die Übertourismus verhindert. Es erfolgt ein Wachstum in der Breite, Regionen in der näheren Umgebung werden attraktiver und es wird sich nicht weiter auf Hotspots fokussiert. Die Touristen sind sich ihrer Verantwortung bewusst und verändern ihre Lebensgewohnheiten und damit ihr Urlaubsverhalten. So wählen die Menschen ihre Reiseziele bewusst nach nachhaltigen Aspekten aus – von der Anreise, über die Unterbringung bis hin zu den Aktivitäten. Zukunftsfähigkeit geht vor kurzfristigen Profit. Der Klimawandel wird als Chance verstanden, an der eigenen Attraktivität im Vergleich zu alternativen Regionen zu arbeiten. Der Erhalt der Natur und Umwelt gilt als Grundlage jeglichen Wirtschaftens und wird damit zur Selbstverständlichkeit für alle.

What Business Impact/benefits have you experienced as a result of embracing sustainability?

- we are reaching a younger target group which make a decision for a stay based on ideological principles
- lower costs through energy savings, efficiency and things like our own photovoltaic system
- More resilience because of better cooperations with suppliers and craftsmen
- Lower costs for disposal
- High quality products and materials (longer renovation cycles)
- Water savings through rainwater cistern and groundwater well
- Better staff retention through sustainable corporate values

Please give us examples of small changes that the business has implemented over time.

- reducing waste, e.g. no packaging waste at our breakfast buffet (=zero waste breakfast buffet) -> using jars instead of plastic packages, for example
- only local, fairtrade certified or organic products are offered at our breakfast
- two own beehives
- various insect houses
- water-saving fittings everywhere
- using only eco-friendly cleaning agents
- green plants in every room
- many green spaces / unsealed areas around the hotel
- a car parking space specifically for car sharing
- rental bikes for guests
- discarded furniture / items are given away instead of throwing away or:
- reusing different materials / furniture instead of throwing away: for example, we used a lot of materials which were sorted out during our renovation in 2018/19, as decoration etc. in our courtyard
- natural garden design (gardener expenses)
- using keycards made of wood
- intelligent circuit and energy efficient lamps
- charging station for cars
- more than 100 specific measures

Do you measure your carbon emissions? When did you start measuring?

- yes, we are a climate hotel and certified climate positive by Viabono. This means we measure and (over-)compensate all of our Carbon emissions. We started measuring in 2010. <https://www.hotel-luise.de/en/we-are-climate-positive/>

Some examples of how you talk about/communicate your sustainability story?

- social media
- Blog on website
- Presentations at different occasions
- Information material, boards and stickers at the hotel
- Manager is lecturer at university (sustainability in tourism)

• Wie viele Nächte verbringt ein Gast im Durchschnitt im Hotel?

Im letzten Jahr waren es 1,95 Nächte. (Stand 2022-2023)

• Werden Statistiken zu Geschlecht/Alter/etc. der Gäste erhoben? Wenn ja, wie fallen diese Ergebnisse aus?

Es werden keine genauen Statistiken diesbezüglich erhoben

Insgesamt sind unsere Gäste aber in etwa 75% Männer und 25% Frauen

• Wie werden Gäste auf Ihr Hotel aufmerksam? Was könnte man tun, das nachhaltige Hotels mehr Aufmerksamkeit erhalten?

Gäste werden auf uns durch verschiedene Wege aufmerksam. Buchungsportale, Website, Presse, Vorträge, Mund zu Mund und natürlich über interne Firmennetzwerke, da wir sehr viele Geschäftsreisende haben.

Es wird mittlerweile immer mehr auf nachhaltige Hotels aufmerksam gemacht, da das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger wird. So gibt es immer mehr Buchungs- und Hotelportale, die Nachhaltigkeit bei Hotels kennzeichnen.

Problem: viele Plattformen wie Booking, Google erkennen nur internationale Zertifikate an und sorgen hier für mehr Sichtbarkeit. So sind wir oft viel, viel nachhaltiger als bestimmte Hotels, werden aber auf den Plattformen nicht so gekennzeichnet da wir keins der internationalen Zertifikate habe. Müsste differenzierter sein – wirklich nachhaltige Hotels müssen anerkannter sein und Zertifikate müssen besser dargestellt werden (siehe Beispiel Google)

Wahl Transportmittel und Zimmer

• Wie viele Personen buchen die nachwachsenden Zimmer im Vergleich zu den „normalen“ Zimmern?

- All unsere Zimmer sind nachhaltig gestaltet, auch wenn nur 6 davon nachwachsend sind. Es sind insgesamt deutlich weniger, was aber eben auch schon daran liegt, dass wir über 80 Zimmer haben, die eine andere Kategorie sind. Außerdem gibt es da keine repräsentativen Werte, weil bei Firmen gewisse Kategorien aufgrund der Kontingentgrößen nicht verwendet werden. Haben mit vielen Firmen Verträge auf Grund von Geschäftsreisen.

- **Was sind Gründe der Gäste für die Wahl für oder gegen ein nachwachsendes Zimmer?**

- Für: höherer Komfort, besonderes Erlebnis, Nachhaltigkeit bis ins letzte Detail – aus Überzeugung, Hochwertigkeit

- Dagegen: höherer Preis

- **Welches Feedback erhalten Sie von den Gästen nach einem Aufenthalt im Hotel/in den nachwachsenden Hotelzimmern?**

- Feedback bei den nachwachsenden Zimmern: Sehr positives! Das Spannende dabei ist, dass einige oft nicht mal wissen, welches Konzept genau dahintersteckt. Die sind also erstmal nur von der Qualität und dem Komfort begeistert. Um so schöner, wenn sie dann noch erfahren, dass es extrem nachhaltige Zimmer sind. Damit zeigt sich, dass Nachhaltigkeit keineswegs immer etwas mit Verzicht zu tun haben muss, sondern in diesem Fall mit toller Qualität.

Das ist auch insgesamt unser Anspruch: zu zeigen, dass nachhaltige Produkte vor allem Produkte mit toller Qualität und Mehrwert sind.

Feedback nach Hotelaufenthalt: Großteils sehr positiv (siehe Bewertungen online) aber natürlich gibt es auch manchmal Kritik, wie unbequemes Bett etc.

- **Wie viele Personen reisen mit ÖPNV/ Elektroauto/Auto mit Verbrennungsmotor/etc. an?**

- Ein Großteil der Gäste reist leider immer noch mit dem klassischen Auto. Versuchen aber andere Verkehrsmittel attraktiver zu machen. Haben zum Beispiel einen Car Sharing Parkplatz direkt am Hotel, sowie E-Ladestation für Elektroautos und E-Bikes. Außerdem versuchen wir verstärkt auf die gute Anbindung zum ÖPNV aufmerksam zu machen und bieten für die Gäste Leihfahrräder an, damit diese umweltfreundlich die Stadt erkunden können. Ist in den letzten Jahren merklich angestiegen, haben aber keine Statistik hierzu

- **Woher kommen Ihre Gäste (z.B. Ausland/Inland Vergleich)?**

- Ca. 60/40 Inland/Ausland Holland, Italien, USA, Indien, China, Frankreich; Großbritannien, Belgien, Österreich, Schweiz

Preise für Hotelzimmer

- Warum kosten die nachwachsenden Hotelzimmer mehr als die „normalen“ Zimmer?
 - Die nachwachsenden Zimmer zählen zu unseren neuesten Zimmern und sind komfortabler als die anderen Kategorien, daher sind sie teurer. Das ist das gleiche Prinzip wie bei allen anderen Hotels. Liegt aber nicht an der Nachhaltigkeit.

- **Bedeutet Nachhaltigkeit immer teurer?**

Unfaire Frage, unserer Meinung nach. Einstellung, die wir nicht vertreten. Haben in so vielen Fällen bewiesen in denen Nachhaltigkeit günstiger ist. Frage suggeriert bestimmte, negative Grundeinstellung.

Teppiche wie von Interface sind genauso teuer bzw. teilweise günstiger, da mit Recyclingmaterialien gearbeitet wird. PV Anlage hat sich in Krise mehr als gerechnet. Upcycling- Projekte: haben vorhandene Materialien genutzt und etwas Neues daraus gemacht: so gut wie keine Kosten also. Wichtig: True Cost Accounting

- **Wäre es nicht sinnvoller, die nachhaltigeren Zimmer günstiger und damit attraktiver für die Gäste zu machen als die „normalen“ Zimmer?**

Warum ist das vermeintlich nicht nachhaltige Zimmer „normal“? Gibt nicht nur schwarz und weiß.

Alle unsere Zimmer sind nachhaltig. Sind so nachhaltig, wie zu dem Zeitpunkt der Umsetzung möglich. Nachwachsende Zimmer sind die neuesten und damit auf neuestem Stand. Wer sich für unser Hotel entscheidet, hat schon den richtigen Schritt getan. Wir überzeugen dabei mit unserem Gesamtkonzept. Die nachwachsenden Zimmer günstiger zu machen als andere, wäre nicht wirtschaftlich. Auch wenn wir ein nachhaltiges Unternehmen sind, das etwas bewegen möchte, müssen wir immer noch wirtschaftlich bleiben. Wie bereits erwähnt sind auch unsere anderen Zimmer nachhaltig und wir machen an diversen Stellen auf dieses Thema aufmerksam. Zum Beispiel durch unsere Wall of Change in der Lobby.

Umsetzung von Projekten

- **Wie kommt das Hotel auf neue Ideen? In wie viel Austausch stehen Sie mit den Mitarbeiter/innen für neue Ideen und Konzepte?**

Viele Ideen kommen vom Geschäftsführer, aber es kann sich auch jeder Mitarbeiter beteiligen und Ideen einbringen. Anregungen sind immer erwünscht. Haben internes Monitoringtool um Ideen zu äußern und zu diskutieren.

- **Welche Herausforderungen gibt es bei der Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen im Hotelgewerbe?**

Aus unserer Sicht eigentlich keine. Wir beobachten aber, dass es Herausforderungen gibt mit denjenigen, mit denen wir zusammenarbeiten. Zum Beispiel wollen wir weniger Müll produzieren und mussten dafür unter anderem mit unseren Lieferanten reden, um diese davon zu überzeugen auf Mehrwegbehälter o.Ä. umzusteigen.

Oder bei den nachwachsenden Zimmern mussten die Handwerker teilweise erstmal neu lernen, wie mit bestimmten Materialien umgegangen wird, da diese neu für sie waren.

- **Woran scheitern Projekte gegebenenfalls?**

Projekte scheitern in der Regel nur dann, wenn sie aus dem Fokus fallen und nicht mehr die Priorität haben, die sie mal hatten. Technisch manchmal einfach nicht möglich, z.B. wegen Brandschutz, Statik, rechtlich. Insgesamt haben wir Mentalität Projekte nicht anzufangen mit ganz eindeutigen Konzept, sondern passen uns im Zuge der Prozesses immer wieder an. Reaktive Projektweiterentwicklung weil wir auf ändernde Umstände reagieren.

- **Wie lange dauert die Umsetzung eines Teilprojekts im Durchschnitt?**

Kommt sehr auf das Projekt an. Manche Dinge sind sehr schnell umgesetzt, bei anderen dauert es deutlich länger. Bei unserer Wall of Change zum Beispiel dauerte es knapp ein halbes Jahr von der Ideenfindung bis zum komplett umgesetzten Projekt.

• **Wie viele Personen sind bei einem dieser Projekte involviert?**

Kommt auch hier sehr auf das Projekt an.

Unsere letzten Projekte in der sozialen Nachhaltigkeit wie Lebensmittelautomat und Vorträge 5-10, mal kleiner Projekte wie Schmuck (selbstgemacht vom Vater einer Mitarbeiterin) oder Möbel bauen. Alltägliche Projekte maximal 5. Nachhaltigkeitsprojekte wie Mikrowald viel mehr Leute involviert. Umbau: 20-30 Personen,

• **Wie schwierig ist es Unternehmen zu finden, die nachhaltige Produkte produzieren oder mit nachhaltigen Produkten und Methoden arbeiten?**

Mittlerweile nicht mehr schwierig. Jedoch gibt es immer mehr Unternehmen, die Greenwashing betreiben und man muss sich das Produkt und das Unternehmen sehr genau anschauen.

• **Wie lange braucht es, bis sich nachhaltige Investitionen rentieren?**

kann man pauschal nicht sagen, kommt auf die Investition drauf an. Photovoltaik sollte sich nach 6 Jahren amortisieren, durch aktuelle Lage können wir richtig Geld damit sparen.

• **Können Sie genauer erläutern, wie die Kooperation mit der Firma „Novofibre“ aus China aussieht und wie dies mit den Nachhaltigkeitskonzepten Ihres Hotels übereinstimmen?**

Nachhaltigkeit ist sehr komplex. Und wir distanzieren uns davon Unternehmen zu verurteilen. NovoFibre war damals der einzige Anbieter für OSSB Platten

- Haben keine dauerhafte Kooperation, sondern damals beim Bau der nachwachsenden Zimmer die Platten dort bezogen
- In Deutschland wird Stroh auf verschiedene Art und Weise eingesetzt, in China wird es als Abfallprodukt gesehen, welches normalerweise verbrannt oder untergepflügt wird. Bei Novofibre wird aber Stroh als Werkstoff gesehen.
- Werden gepresst und so auf Kleber verzichtet
- CO2-Fußabdruck, dass durch die Lieferwege entstanden ist, haben wir kompensiert

Nicht perfekt aussagekräftig, da sich der Wert pro Übernachtung auf die Anzahl der Gäste bezieht. Da wir aber eben nicht so viele Gäste letztes Jahr hatten, sind wie Werte höher als wenn die Auslastung normal gewesen wäre. Nahezu unmöglich bereinigte Kennzahlen zu erfassen. Können aber definitiv sagen, dass wir über die Jahre besser geworden sind.

• **Wie groß ist die Fläche der Photovoltaikanlage und wie viel Strom wird damit jedes Jahr produziert?** 23,5 kwp

• **Wie viel Prozent des gesamten Stromverbrauchs des Hotels kann durch die Photovoltaikanlage gedeckt werden?** 17%

• **Wie nachhaltig und seriös ist das Unternehmen „Coco-Mat“?**

Kontakt, Austausch und Infomaterialien hat uns zum Urteil gebracht dass Sie nachhaltig sind. Handeln nach der Prämisse, dass wir uns mit unseren Partnern auf Augenhöhe austauschen. Können natürlich nicht jedes Zertifikat nachprüfen. Für uns gilt es, den richtigen Partner zu finden und langjährige Partnerschaften zu haben. Muss man natürlich immer wieder prüfen, aber man muss sich auch aufs Wort verlassen können.

(Materialien (z.B. Kokosfasern) stammen vermutlich aus Ländern wie Indonesien. Zudem gibt es Aussagen wie „Jod in Matratzen für besseren Schlaf“ oder „Verzicht auf Metall in den Matratzen zur Vermeidung der Bildung eines Magnetfeldes“, die etwas fragwürdig scheinen.)

Zitat Coco-Mat:

Kokosfasern

Wir beziehen Kokosnusssfasern aus verschiedenen Ländern. Auch Indonesien ist ein Bezugsland. Warum das nicht ok sein sollte, erschließt sich mir nicht ganz (wir sprechen ja nicht von Palmöl etc). Kokosnusssfasern sind quasi ein Nebenprodukt was bei der Kokosnussernte anfällt. Statt der thermischen Entsorgung verwenden wir dies als natürliches Produkt.

Weiterhin pflegen wir mehr als 20 jährige Partnerschaften mit unseren Zulieferern und es bestehen langjährige gegenseitige Vertrauensverhältnisse. Die geschichtete Kokosfaser wird dann in unserer hauseigenen Produktion in Nordgriechenland weiterverarbeitet.

Verschnittmaterial wird weiterverwendet, u.a. für Hundebetten oder Hotelslipper von Emma, der Tochter von COCO-MAT Gründer Paul, um einer zero-waste und circular-economy Strategie möglichst nahe zu kommen.

Iod

Das in Betten, Matratzen und Kissen enthaltene Seegrass ist stark iodhaltig, was durch im Schlafzimmer über die viele Nutzungszeit (1/3 unseres Lebens schlafen wir) freigesetzt und von der Lunge in die Atemwege aufgenommen werden kann. Besonders Menschen mit Asthma und/oder Allergien profitieren davon und werden entlastet.

Metallfreiheit

Hier gibt es schließlich viele unterschiedliche Theorien und Stimmen. Die COCO-MAT Philosophie vertritt die Theorie, manche Metalle im Bett würden die allgegenwärtigen elektrischen und magnetischen Felder (vulgo „Elektrosmog“) verändern, was eine negative Wirkung hat und der Gesundheit schaden kann.

Elektrosensible“ Menschen geben an, durch die Umweltbelastung an Beschwerden wie Kopfschmerzen, Schlafstörungen, Übelkeit oder Hautreaktionen zu leiden.

• Warum gibt es (keine) kostenlosen/kostenpflichtigen Hygieneartikel wie Tampons in den öffentlichen Toiletten?

Gibt es kostenlos bei uns am Empfang. Nur auf Nachfrage, da diese sonst immer mitgenommen werden. Kämpfen gegen Einzelverpackungen und wollen dann diese nicht fördern.

• **Was wird im Winter zum Frühstück angeboten, wenn beispielsweise keine Früchte in Deutschland geerntet werden können?**

- Verfolgen wir noch nicht so extrem, greifen in dem Fall auch mal auf konventionelle Lebensmittel zurück. Ist nicht unser Ziel das Ganze mit negativen Touch zu machen, würden einen Teil unserer Gäste verlieren wenn wir gar keinen Obst anbieten. Versuchen Produkte zu substituieren. Manchmal sinnvoll auf Tiefkühlfrüchte zurückzugreifen. Sinnvoller als Frischware. Wollen uns da noch verbessern. Äpfel kann man ja zum Beispiel regional im Winter beziehen oder Birnen.

Angestellte

• **Wie viele Angestellte arbeiten im Hotel?**

Aktuell 29 Mitarbeiter*innen

• **Wie ist die Verteilung von weiblichen/männlichen/diversen Geschlechtern, vor allem in Bezug auf Position, Alter und Arbeitsstunden im Hotel?**

86% Frauen und 14% Männer sind im Hotel beschäftigt. Geschäftsführer ist ein Mann, aber alle anderen Führungspositionen (Teamleitung Service, Teamleitung Front Office, Teamleitung Etage) sind Frauen. Durchschnittliche Alter der Mitarbeiter*innen liegt bei 44 Jahren. Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit ist 10,5 Jahre. Es gibt viele Teilzeit-Beschäftigte, vor allem im Bereich Etage und Service. Front Office, Haustechnik, Verwaltung sind viele Vollzeit-Beschäftigte

• **Haben Sie Menschen mit Handicap eingestellt? Wenn ja, was sind Ihre Erfahrungen?**

Hatten immer mal wieder Menschen mit Handicap eingestellt. Ist aus unserer Sicht kein Thema. Ist nur schwierig, wenn sie zum Beispiel nicht allein gelassen werden können und dann für eine Stelle bewerben, wo man selbständig, für sich alleine arbeiten muss. Versuchen Stellen in diesem Rahmen zu schaffen, wenn es für uns möglich. Ist für uns nichts Negatives. Haben immer Mitarbeiter mit Schwerbehinderten Ausweis zum Beispiel. Arbeiten mit ZSL zusammen oder Access, bieten gerne Praktika.