

VORSITZENDER DES FACHBEREICHS HOTELLERIE STEFAN WILD IM GESPRÄCH MIT ARMIN WOLFF, GREEN SIGN

# EIN ZERTIFIZIERTER UMWELTSTATUS FÜR HOTELBETRIEBE

Dass Nachhaltigkeit mehr als nur Umweltschutz ist, dürfte den meisten mittlerweile bekannt sein. Doch wie können sich Hotelbetriebe auf den Weg machen – hin zu einem nachhaltigen und zukunftsfähigen Betrieb? Im Gespräch mit Gastgeber Bayern erklärt Armin Wolff von Green Sign, welchen Stellenwert Nachhaltigkeit für Hotelbetriebe hat, wie der Ablauf einer Nachhaltigkeitszertifizierung aussieht und welchen Mehrwert sie den Betrieben bietet.

**L**ieber Armin, Nachwirkungen von Corona, Mitarbeitermangel, Energiekrise, jetzt auch noch Nachhaltigkeit – aktuell haben alle Beteiligten des Gastgewerbes einen vollen Korb an Dingen, mit denen sie sich auseinandersetzen müssen. Warum sollten Gastwirte das Thema Nachhaltigkeit trotzdem nicht unterschätzen?

Das Thema Nachhaltigkeit ist kein Trend mehr, der wieder verschwindet. Und: Nachhaltiges Handeln aus Umweltbewusstsein ist notwendig und muss auch gelebt werden. Als Hotelbetrieb kann man auf lange Sicht Kosten reduzieren, wenn bestimmte Prozesse im Hotelbetrieb angestoßen werden. Aber auch abseits der Kosten ist es wichtig, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, Stichwort Mitarbeitergewinnung:



GREENSIGN

Green Sign ist seit 2022 Partner der Bayern Tourist GmbH (BTG) und bietet neben einer anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung für Hotelbetriebe auch die Möglichkeit, sich auszutauschen und weiterzubilden. Zudem ist Green Sign ein kompetenter Partner, um die CO<sub>2</sub>-Bilanzierung des eigenen Unternehmens zu ermitteln und zu verbessern. Weitere Informationen unter [www.greensign.de](http://www.greensign.de)

Die jüngste Generation sucht sich eine sinnhafte Arbeit, ein Unternehmen, das nachhaltig agiert. Da hat man als nachhaltiger Betrieb viel bessere Chancen, qualitative Nachwuchskräfte zu finden. Und natürlich „last but not least“: Viele Gäste fragen nach nachhaltigen Unterkünften – dem Buchungsportal Booking zufolge über 75 Prozent.

Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt uns seit vielen Jahren, besonders im Hinblick auf die Umwelt. Eine Neuerung sind allerdings die konkreten Zertifizierungen wie beispielsweise Green Sign, die einen Betrieb wirklich für ihr nachhaltiges Handeln auszeichnen – und über den Umweltaspekt hinausgehen.

Wir versuchen dem Hotelier mit unserer Zertifizierung ganz detailliert darzulegen, in welcher Form der Nachhaltigkeit er oder sie aktuell schon unterwegs ist. Wir bei Green Sign haben einen Katalog mit über 100 Kriterien, die sich wiederum in acht Bereiche untergliedern lassen, unter denen wir einen Betrieb genauer beleuchten und bewerten. Durch diese IST-Analyse für sämtliche Bereiche des Hotelbetriebs können wir festhalten, ob dieses und jenes in punkto Nachhaltigkeit bereits erreicht wurde – oder an welcher Stelle noch Potenzial wäre. Das spornt zu einer gezielten Verbesserung der noch schwächeren Bereiche an. Darüber hinaus bieten Zertifizierungen die Möglichkeit, internationale Standards konkret festzulegen und schlussendlich auch einzuhalten. Wir von Green Sign

hatten beim Global Sustainable Tourism Council (GSTC), sozusagen dem Zertifizierer für den Zertifizierer, abgefragt, ob sie garantieren können, dass unser Green Sign-Nachhaltigkeitszertifikat auch den internationalen Rahmenbedingungen entspricht – und das tut es. Das Green Sign gibt es schon seit 2016 und seit diesem Jahr sind die eben angesprochenen internationalen Standards in unserer Zertifizierung eingebaut und werden bei der Vergabe berücksichtigt.

Welchen Mehrwert bietet Hotels die Auszeichnung mit Green Sign oder allgemein dem GSTC-Standard?

Aus meiner Sicht ist es zunächst einmal wichtig zu wissen, wo sich das eigene Hotel in Sachen Nachhaltigkeit überhaupt befindet. Dann – im zweiten Schritt – gibt es mir die Möglichkeit, weitere nachhaltige Aspekte einzubauen und drittens steht auch die Außenwirkung im Vordergrund: Das Hotel kann im Marketing entsprechend damit werben. Auch im Hinblick auf Buchungsplattformen oder über Partnerseiten ist das wichtig, denn mit dem Erfüllen eines bestimmten Standards wirbt das Hotel dort ebenfalls und wird besser gesehen. Mit Green Sign oder generell einem Zertifikat, welches die offizielle GSTC Anerkennung hat, dokumentiere ich als Hotelbetrieb meinen Umweltstatus.

Wenn ich nun meinen Hotelbetrieb zertifizieren lassen möchte, wie gehe ich am

besten vor? Welche Grundvoraussetzungen muss ich mitbringen?

Eine spezielle Voraussetzung zur Nachhaltigkeitszertifizierung gibt es erstmal nicht, denn wir schauen uns zunächst die Prozesse in den unterschiedlichen Bereichen des Hotels an, zum Beispiel Management, Kommunikation, Einkauf und so weiter. Auf dieser Basis bewerten wir, was bereits gut läuft und was verbesserungswürdig ist. Nach der IST-Analyse erhält der auftraggebende Betrieb nicht nur seine Zertifizierung, sondern auch ein sogenanntes Widget mit einem Green Sign Nachhaltigkeitsbarometer. Das ist ein Balkendiagramm auf dem deutlich dargestellt ist, wie welcher Bereich des Hotelbetriebs abschneidet. Das Zertifikat wird von Level 1, der niedrigsten Bewertung, bis Level 5, der höchsten Bewertung, vergeben – Level 5 bedeutet, dass das Nachhaltigkeitskonzept des Hotels Vorbildcharakter und eine bestmögliche Ausrichtung hat, also ungefähr 90 bis 100 Prozent der möglichen „Nachhaltigkeitsprozesse“ umgesetzt und bedient sind. Dank dieser Bestandsanalyse und dem Zertifizierungskatalog können wir dem Hotelier eine ganze Menge Inspiration an die Hand geben, um sich nachhaltig weiterzuentwickeln.

Das hört sich danach an, dass langfristig gesehen ohne nachhaltiges Wirtschaften in der Hospitality nichts mehr geht...

... Nein, definitiv nicht. Durch eine Nachhaltigkeitszertifizierung mithilfe dieser internationalen Standards ist man als Betrieb verpflichtet, ein Umweltprogramm aufzustellen. Man erstellt hierfür eine To Do-Liste für die nächsten drei Jahre, die dann sukzessiv mit dem eigenen Team umgesetzt wird. Ein wesentlicher Punkt ist, dass man als grünes Unternehmen wahrgenommen wird. Damit gibt man auch dem Gast ein Qualitätsversprechen, indem man beispielsweise nur umweltfreundliche Produkte im Badezimmer anbietet oder die Lebensmittel in Bio-Qualität sind. Und das sind nur einige Beispiele. Damit eröffne ich mir als Betrieb dann wiederum eine weitere Zielgruppe. Auch in Sachen Mobilität sind Kooperationen denkbar: Kooperiert ein Hotel beispielsweise mit einem lokalen Fahrradverleih, kann die Region von Touristen CO<sub>2</sub>-neutral

erkundet werden. Das Gleiche gilt beispielsweise auch bei Ladesäulen für E-Fahrzeuge. All dies sind Aspekte, die einen Betrieb auf lange Sicht attraktiver machen. Auch für den B2B-Bereich ist das wichtig, denn Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern und mehr als 40 Millionen Euro Umsatz müssen seit 2017 einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen. Diese großen Unternehmen wählen in Zukunft nur noch Hotels aus, die tatsächlich auch eine Nachhaltigkeitszertifizierung nachweisen können – um das dann wiederum in ihrem eigenen Nachhaltigkeitsbericht einfließen zu lassen.

Gibt es bei Euch auch Anlaufstellen für den gemeinsamen Austausch oder wenn ein Hotelbetrieb gewisse Hilfe in Sachen Nachhaltigkeit benötigt?

Wir möchten die ganzen Informationen zu nachhaltigen Prozessen, Produkte usw. natürlich gerne mit den Hoteliers teilen. Das bieten wir auf unserer Website und auch in regelmäßigen Webinaren an, die kostenfrei sind. Darüber hinaus finden jährlich mehrere Veranstaltungen statt, um zu informieren und den Austausch zu fördern. Wir verfügen über ein großes Netzwerk aus Enthusiasten und Experten der Green-Community, die sich in den verschiedensten Aspekten der Nachhaltigkeit auskennen und vermitteln hier interessierten Betrieben die benötigten Kontakte.

Das Interview führte Stefan Wild, Vorsitzender des Fachbereichs Hotellerie der DEHOGA Bayern

## MITMACHEN & GEWINNEN

Das Fachbuch „Nachhaltiges 360°-Management im Tourismus“ von Carolin Steinhauser und Suzann Heinemann behandelt eine Vielzahl aktueller Themen zum nachhaltigen Management im Tourismus. Eine aus dem Werk erarbeitete Checkliste am Ende des Buchs ermöglicht die direkte Anwendung und Kontrolle der nachhaltigen Maßnahmen im eigenen Unternehmen und den Transfer auf die Unternehmenspraxis. Unter allen Lesern, die bis 31. Dezember 2022 eine E-Mail mit dem Stichwort „Nachhaltig“ an [f.john@gastgeber.bayern](mailto:f.john@gastgeber.bayern) schicken, werden drei Exemplare des praxisnahen Ratgebers verlost. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

