



INSPIRIEREN SENSIBILISIEREN MOTIVIEREN

WIE DAS HOTEL-TEAM IN DIE NACHHALTIGKEIT
OPTIMAL EINGEBUNDEN WIRD

GreenSign by InfraCert Institut

in Kooperation mit dem Hotel SCHWARZWALD PANORAMA, Bad Herrenalb

Dieses eBook mit wertvollen Best Practice Beispielen entstand mit der Unterstützung vom Hotel SCHWARZWALD PANORAMA in Bad Herrenalb, welches als ein Vorbild der nachhaltigen Hotellerie stets innovative Impulse für unsere gesamte GreenCommunity liefert. Inhaber Stephan Bode lebt seit 2013 mit seinem Team sein Herzensthema Nachhaltigkeit in allen Hotelbereichen aus und ließ im Jahr 2020 das 4-Sterne Superior Hotel mit dem höchsten GreenSign Level 5 zertifizieren.



Stephanie Schießl ist als CSR-Managerin im Hotel SCHWARZWALD PANORAMA für die Weiterentwicklung des nachhaltigen Bewusstseins verantwortlich. Mit Eifer und Herzblut erschafft sie vor Ort ein besonders inspirierendes nachhaltiges Erlebnis für Gäste und Mitarbeiter.



"Die Nachhaltigkeit muss in die Philosophie und in die gesamte Wertschöpfungskette integriert sein, sprich von der Geschäftsführung getragen und unterstützt sein. Aber verantwortlich in der Umsetzung ist das gesamte Hotelteam. Dieses gilt es durch geschickte Kommunikation und Interaktion für die Nachhaltigkeit zu begeistern."

Suzann Heinemann, Gründerin & Geschäftsführerin
GreenSign by InfraCert - Institut



Nachhaltigkeit entwickelt sich immer mehr zu einem elementaren Bestandteil der Touristikbranche und die CSR-Relevanz nimmt in der Hotellerie weiterhin zu. Auch bei der Betrachtung neuer Hotelkonzepte, spiegelt sich der Megatrend Nachhaltigkeit wider und ein Großteil der europäischen Hotelbranche arbeitet bereits daran, Reisen nachhaltiger zu gestalten. Wer Ökologie, Ökonomie sowie soziale Verantwortung in sein unternehmerisches Handeln einbezieht, ist nachweislich auf langfristige Sicht erfolgreicher.

Nachhaltigkeit ist wichtig und macht Spaß – besonders wenn ALLE mitmachen

Nachhaltige Authentizität funktioniert nur im Team

Wer seine Gäste und andere Stakeholder von seiner CSR-Strategie überzeugen möchte, muss das gesamte Hotelpersonal mit einbinden!



Die Integration und anschließende Berichterstattung von CSR-Maßnahmen in das Unternehmen sowie eine glaubwürdige Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit, bedeutet für Hoteliers eine Chance, ihre Reputation bzw. ihr positives Image aufrechtzuerhalten und langfristig zu verbessern.

Die **Glaubwürdigkeit** kann mitunter als eines der wichtigsten Elemente von CSR-Aktivitäten gesehen werden, da ohne sie eine nachhaltige Betriebsführung nicht die gewünschte Wirkung entfalten kann. Eine hohe Glaubwürdigkeit des Unternehmens, erhöht u.a. das Vertrauen und die Akzeptanz seitens der Gäste und Medien. Dies kann nur vor Ort mit Authentizität und ehrlichem Engagement gezeigt werden und dabei spielt das Hotelpersonal eine wesentliche Rolle.

In diesem eBook möchten wir die Wichtigkeit der Einbeziehung der Mitarbeiter in die betriebliche Nachhaltigkeit aufzeigen und anhand von Best Practice Beispielen viele Ideen und Tipps für Hoteliers geben, ihr Team optimal mit auf den grünen Weg zu nehmen – und am Ende davon zu profitieren.

Inhaltsverzeichnis



- Seite 6 Mitarbeiter – Motivation ist für den Unternehmenserfolg essenziell
- Seite 10 Ob F/O-Manager oder Serviceteam – eine individuelle Ansprache ist nötig
- Seite 13 Brauche ich einen CSR-Manager? Wie sollte er/sie performen? Welche Befugnisse sollten ihm/ihr zugestanden werden?
- Seite 16 Mögliche Maßnahmen & Best Practice Beispiele
- Seite 31 Warum ist eine Nachhaltigkeits-Zertifizierung so wichtig?
- Seite 33 Vorteile der GreenSign Zertifizierung für Hoteliers
- Seite 35 Die wichtigsten Fakten zum GreenSign
- Seite 37 Nur 3 Schritte zum GreenSign

Mitarbeiter – Motivation ist für den Unternehmens- Erfolg essenziell



Mitarbeiter sind für Betriebe ein wichtiges Kapital und gleichzeitig häufig einer der größten Kostenfaktoren. Ein richtig verstandenes CSR beginnt immer im eigenen Betrieb und kann einen großen Beitrag zur Motivation und Identifikation der Mitarbeiter leisten.

Teammitglieder von Hotels mit ökologisch vertretbaren und fairen Arbeitsstrukturen identifizieren sich in der Regel besser mit ihrem Arbeitgeber und bleiben häufiger dem Betrieb treu. Motivation, Loyalität und persönliches Engagement kann mit Nachhaltigkeit, wenn sie nicht aufgezwungen wird, gefördert werden.



- Toleranz



- Engagement



- Authentizität



- Miteinander

Identifiziert sich das Team mit dem Arbeitgeber, lebt es dessen Philosophie, ist engagierter, freundlicher und zufriedener. Das Personal kann als wichtigster und glaubwürdigster Botschafter und Werbeträger eines Betriebs gesehen werden. Fast jedes Teammitglied hat Kontakt zu Gästen, Lieferanten, Geschäftspartnern etc. und repräsentiert somit das Unternehmen nach außen.

Jene, die keinen Gastkontakt haben, können dennoch für den richtigen Umgang mit Ressourcen, für eine effiziente Weiterentwicklung der nachhaltigen Prozesse sowie für eine optimierte Arbeitsweise begeistert werden und damit zum Unternehmenserfolg beitragen.



Wenn wir es also schaffen, die Mitarbeiter bestmöglich für die Nachhaltigkeit zu begeistern und sie dazu anregen, sich persönlich mit einzubringen, kommen wir in den Genuss folgender Vorteile:

- Wertschöpfung durch Wertschätzung
- Steigerung von Entwicklungsgeist, Fairness & Sicherheit
- Identifikation mit der Unternehmenskultur & dem Unternehmensspirit
- Mitarbeiterloyalität durch sinnhafte Arbeit
- aktive Ressourcenschonung & damit Kosteneinsparung
- Mitarbeiter bringen sich pro-aktiv ein & geben Vorschläge
- steigende Bereitschaft, innovativ zu denken & zu arbeiten, anstatt an alten Prozessen festzuhalten
- Lernen durch gegenseitigen Austausch
- Förderung des Teamspirits
- Maximieren der Arbeitsproduktivität & -qualität
- Stärkung der Verbundenheit der Mitarbeiter untereinander & mit der Region



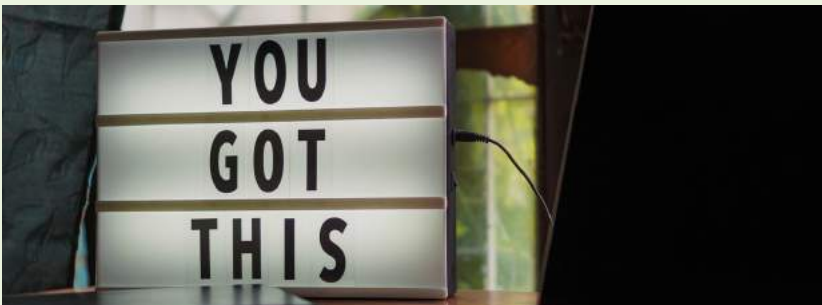
Wenn von CSR-Kommunikation gesprochen wird, denken viele Unternehmer vorrangig an Medien, Kunden oder Gäste. Gesellschaftliche Verantwortung beginnt jedoch meist im eigenen Betrieb, weswegen sich die CSR-Kommunikationspolitik zunächst auf die eigenen Mitarbeiter konzentrieren sollte. Was nützt ein nachhaltiges Engagement, wenn die Mitarbeiter nicht informiert sind, das Konzept weder leben, noch unterstützen?

CSR-Engagement sollte genauso nach innen kommuniziert werden, wie es auch nach außen am Markt kommuniziert wird. Die interne Nachhaltigkeits-Kommunikation ist ein wichtiger Grundstein, damit CSR langfristig erfolgreich ist.

Daher ist es essenziell, die Mitarbeiter aller Abteilungen schon früh, kontinuierlich und angemessen an der Nachhaltigkeits-Idee teilhaben zu lassen. Dazu gehören regelmäßige, sowie verständlich und authentisch formulierte Informationen zu:

- Motiven und Zielen des gesellschaftlichen Engagements
- der Verknüpfung mit den Belangen des Hotelbetriebes
- der Entwicklung und Ausgestaltung der CSR-Strategie
- den Beweggründen bei der Projektauswahl
- den Aktivitäten und Erfolgen
- den Möglichkeiten, sich persönlich einzubringen

Das Ziel dabei ist es, die Mit-Arbeiter zu **Mit-Denkern, Mit-Gestaltern** und **Mit-Wissern** zu entwickeln.



Auch im privaten Alltag können Teammitglieder als Meinungsmacher ihres gesellschaftlichen Umfelds dienen. Was Mitarbeiter privat über ihren Arbeitgeber erzählen, prägt das Bild ihres Umfeldes wohl nachhaltiger als jede offizielle Veröffentlichung des Hotels.

F/O-Manager oder Serviceteam – eine individuelle Ansprache ist nötig

Nachhaltigkeit im Hotel ist...
... wenn deine Mitarbeiter aktiv mitgestalten dürfen



Innerhalb eines Hotel-Betriebes, existieren verschiedene Gruppen, die unterschiedlich angesprochen werden sollten. Je größer ein Hotel ist, desto heterogener entwickelt sich meist die Belegschaft.

Die Mitarbeiter können z.B. anhand von Abteilungen oder fachlicher Qualifikation differenziert werden. Eine erfolgreiche interne CSR-Kommunikation ist aber nur dann möglich, wenn alle Gruppen des Betriebes gleichermaßen hinter der Nachhaltigkeits-Strategie stehen.



Um CSR in die Unternehmenskultur von größeren Hotel-Unternehmen zu integrieren, sollten die positiven Einflüsse von Nachhaltigkeit auf das Kerngeschäft von den **Führungskräften** verstanden und vermittelt werden.

Dabei sollte stets auf Augenhöhe kommuniziert und das Kommunizierte von der Führungsebene vorgelebt werden. Um die diversen Personalgruppen anzusprechen, abzuholen, zu integrieren und zu begeistern, empfiehlt es sich, über verschiedene Kanäle zu kommunizieren. Es gibt dazu diverse Möglichkeiten, den Mitarbeitern die Vision der Nachhaltigkeit vorzustellen, eigene Ideen abzufragen und schließlich die Umsetzung zu starten:

- Handouts, Präsentationen oder Infopakete
- Bildung von Projektgruppen
- Schulungen, Workshops oder Meetings
- Beschilderungen
- Betriebs-Ausflüge
- gemeinsame Entwicklung einer Balanced Score Card
- gemeinschaftliche Erstellung eines Leitbilds
- sinnhafte und wertschöpfende Aufgabenverteilung
- Ideenwettbewerbe / Nachhaltigkeitsquiz
- regelmäßige Erhebung der Mitarbeiterzufriedenheit / Mitarbeitergespräche
- „Lead by example“ mit gutem Beispiel vorangehen



Genauere Beispiele stellen wir in diesem eBook noch vor. Wer es schafft, seine Mitarbeiter bei der nachhaltigen Gestaltung des Hotels einzubinden, dem fällt die Umsetzung und die nachher nötige authentische Sichtbarkeit viel einfacher.

Wer ist für die Nachhaltigkeit zuständig? – ALLE!



Der CSR-Prozess muss vom ganzen Team getragen und weiterentwickelt werden. In vielen Betrieben ist sogar der ursprüngliche Gedanke zum Ausbau des nachhaltigen Engagements der explizite Wunsch der Mitarbeiter. Dadurch entstehen schnell viele Ideen und auch die Umsetzung wird von allen favorisiert.



Brauche ich einen CSR-Manager?

Wie sollte er/sie performen?
Welche Befugnisse sollten zugestanden werden?



Wer die Nachhaltigkeit als einen elementaren Bestandteil seines Hotelkonzeptes sieht und diese stetig weiterentwickeln möchte, benötigt einen Nachhaltigkeits-Manager. So kann die Nachhaltigkeit in die gesamte Wertschöpfungskette lebendig und pragmatisch integriert, an alle Stakeholder vermittelt sowie umfassend erweitert werden.

Bei der Einbindung eines Umweltbeauftragten in die Hotelstrukturen ist es besonders wichtig, dass diese Funktion nicht auf der operativen Ebene der Hierarchie eingebunden wird und nicht als „Springer in der Not“ fungiert. Eine Ansiedlung in der Riege der Geschäftsleitung ist eine Möglichkeit dies zu umgehen, damit der oder die CSR-Manager/in ohne Tunnelblick und „frei“ seinen oder ihren Aufgaben nachgehen kann.

Jene Aufgaben sollten die abteilungsübergreifende Entwicklung für nachhaltiges Bewusstsein beinhalten, ebenso wie das Fungieren als **Changemaker, Revoluzzer, Coach, Admin, Controller** und viele Weitere. Es ist wichtig, eine „Macher-Mentalität“ zu verfolgen, sich überall einmischen zu können, Mitarbeiterschulungen zur Nachhaltigkeit zu organisieren, Klimabilanzen zu erstellen, an Nachhaltigkeits-Wettbewerben teilzunehmen, eine nachhaltige Zertifizierung zu organisieren, soziale Projekte voranzutreiben und Partnerschaften zu pflegen.



Skills eines CSR-Managers

Ein/e Umweltbeauftragte/er sollte viel Durchsetzungsvermögen und Geduld mitbringen, flexibel sein, falls etwas mal nicht funktioniert, nicht aufgeben, auch wenn es mal unbequem wird und vor allem für die Nachhaltigkeit brennen. Bei der Position sind menschliche Fähigkeiten meist wichtiger als fachliche, da man die Mitarbeiter individuell mit dem richtigen Ton ansprechen muss, ohne aber wie ein Moralapostel zu wirken. Die Hauptaufgabe ist es, alle Mitarbeiter ins Boot zu holen, damit die Nachhaltigkeit auch an die Gäste transportiert werden kann.

Für den Start in solch eine Position, ist es hilfreich, sich intensiv in das Thema einzulesen, Newsletter zu abonnieren, auf Social Media Gruppen aktiv zu sein, entsprechende Sendung zu schauen und sich bestmöglich mit dem Thema auseinander zu setzen. Ein Umwelttagebuch hilft dabei, alle grünen Maßnahmen im Hotel zu überwachen. Unumgänglich ist der Blick in die Abteilungen, um die dringendsten Themen herauszufiltern und aufzunehmen, was schon an Best Practice Beispielen vorhanden ist, was sich das Team aktuell wünscht und was ein ökologischer Dorn im Auge ist. Erst dann kann eine Strategie und Handlungsfelder entwickelt und ein anwendungs-orientierter Fahrplan erstellt werden.



Alternativen zum CSR-Manager

Nicht jedes Hotel kann es sich erlauben, eine eigene Position für die Nachhaltigkeit zu schaffen. Alternativ kann ein externer Nachhaltigkeitsbeauftragter für diverse Tage und Themen engagiert werden oder innerhalb des eigenen Personals können Projektgruppen zur Nachhaltigkeit mit gezielten Aufgaben und Zielen gebildet werden (3-4 Personen mit Zeit und Ressourcen, verschiedene Abteilungen und Hierarchien).



Gastlichkeit und Nachhaltigkeit im Einklang

Für Hotels es wichtig, sich nachhaltig zu engagieren und dabei sollten auch die Mitarbeiter mitgenommen werden. Niemand möchte dabei als „Bekehranstalt“ dienen, sondern es wird vom Personal in erster Linie erwartet, dass es seine Aufgaben qualitativ gut macht. Wenn allerdings die Gäste über die Nachhaltigkeit sprechen möchten, müssen die Mitarbeiter die Nachhaltigkeitsstrategie des Hotels kennen. Was uns zu den möglichen Maßnahmen und Best Practice Beispielen in Bezug auf die Team-Sensibilisierung führt.

Mögliche Maßnahmen & Best Practice Beispiele



Die größte Herausforderung bei der Sensibilisierung der Mitarbeiter für Nachhaltigkeit ist die unterschiedliche Offenheit bzw. der Wissenstand der Empfänger gegenüber den vielen Thematiken, sowie die eigene Erwartung. Der Anspruch darf nicht sein, aus jedem Mitarbeiter einen „Ecoisten“ zu formen. Es gilt nicht zu missionieren, sondern zu informieren und motivieren.

Um eine nachhaltige Unternehmenskultur zu schaffen, sind die offene Wertschätzung von Mitarbeitern, die Berücksichtigung von privaten Motivationen sowie der Interessen und Werten des Teams wichtig. Reibungspunkte, Meinungen und Herausforderungen sollten bei jedem Einzelnen erkannt werden, um dann gezielt darauf eingehen zu können. Hierbei ist es wichtig, zu zeigen, dass es völlig in Ordnung ist, noch keine Erfahrung oder kein Expertenwissen in dem Gebiet der Nachhaltigkeit zu haben. Jeder fängt irgendwo an, und es braucht eine offene Gestaltung für ein gutes Miteinander.



Beim Erstellen neuer Maßnahmen zur Sensibilisierung der Mitarbeiter sollte man vorbereitend folgende Dinge betrachten:

- Wissensstand der Mitarbeiter prüfen: interne Umfrage zum Wissen und zu den Wünschen der Mitarbeiter, um zu sehen, wo man anfangen muss
- Jeder Mensch hat ein anderes Nachhaltigkeitsverständnis, dies muss auch zugelassen werden
- Zunächst die Nachhaltigkeit erklären, damit man ein Gefühl bekommt, was dahintersteckt
- Wichtig ist: begeistern und motivieren, nicht mit erhobenem Zeigefinger
- Mitarbeitern einräumen, sich selbstbestimmt auszusuchen, womit man starten kann und will
- Klarheit schaffen, dass Nachhaltigkeit nicht Verzicht und Kosten bedeutet
- Der Fokus in der Kommunikation sollte auf dem Mehrwert legen
- Bei der Art und Weise der Sensibilisierung einen Mix zwischen Kopf (Informationen, Aufklärung) und Herz (Erleben) erschaffen
- Man muss nicht alles neu erfinden: es gibt bereits tolles Informationsmaterial von diversen Instituten und Unternehmen
- Give-Aways für Mitarbeiter integrieren: eine Brücke zwischen Betrieb und Zuhause bilden
- Die Thematik authentisch vorleben



Die Vielseitigkeit der nachhaltigen Themen, welche von Naturkosmetik über BIO-Lebensmittel hin zur Mülltrennung reicht, gibt viel Stoff her, um das Team ganzheitlich zu informieren. Funktionieren gewisse, zu Gunsten der Nachhaltigkeit veränderte, Prozesse nicht, muss nachjustiert und weniger Maßnahmen verwirklicht werden. Das Team darf weder überfordert, noch unterfordert werden und man braucht ein gutes Händchen für das richtige Timing, Verständnis, Durchsetzungsvermögen und Begeisterungsfähigkeit.

Hoher Druck und zu weitreichende Erwartungen können ins Gegenteil umschlagen. Mitarbeiter in der Hotellerie kommen zum Teil aus Gebieten, wo Krieg und Armut herrschen. Mit diesen Menschen zu schimpfen, weil sie die Pfandflasche in die Altglastonne geben, ist nicht zielführend. Entsprechendes Training und Aufklärung über das Recyclingsystem anzubieten, hingegen schon.



1

Vision, Mission, Strategie: Leitbild erstellen

In der nachhaltigen Unternehmensführung gilt es, ein Leitbild zu verfassen und in diesem auf Aspekte von verantwortlichem Handeln Bezug zu nehmen. So werden auf Arbeitsnormen, Umweltschutz, gesellschaftliches Engagement des Unternehmens, soziokulturelle Aspekte der touristischen Wertschöpfungskette oder dem Bestreben kontinuierlicher Verbesserungen Bezug genommen.

Da jeder Mitarbeiter im Unternehmen hinter dieser Philosophie stehen sollte und das Leitbild auch kennen sollte, müssen alle enthaltenen Dinge auch vom gesamten Team getragen werden. Wer bei der Erstellung oder Erweiterung des Leitbilds sein Team aktiv mit einbezieht, sorgt damit für Authentizität, Loyalität, Integrität und Vielfältigkeit.

Wir setzen ein grünes Zeichen für die nachhaltige Hotellerie!



Eine intakte Umwelt stellt die Basis für unser Leben und die Existenz und Lebensqualität zukünftiger Generationen dar. Gerade der Tourismus ist ein Schlüsselsektor einer gesunden und attraktiv reifen Nation. Auch unsere Nachkommen sollen nicht mit Freude seinen können.

Wir unterstützen Akteure des Tourismus dabei, nachhaltige Erlebnisse zu schaffen, Gäste zu begeistern und sich ökologisch und sozial zu engagieren. Nachhaltigkeit soll als Chance für positiver Veränderung gesehen werden, welches jeder langfristig können.

Mit unserem GreenSign Nachhaltigkeitszertifikat bieten wir u.a. Hoteliers eine zuverlässige Unterstützung und langfristige Lösung, um nachhaltigen zu...

Neben dem Zertifikat bieten wir...

Unser Leitmotiv

Tourismus wird ohne Nachhaltigkeit auf Dauer nicht auskommen. Die Anzahl der Gäste mit einer ausgeprägten Nachhaltigkeitsorientierung steigt stetig an, und nur wer jetzt handelt, wird morgen Erfolge feiern.

Wir wollen die Menschen in der Tourismusbranche ermutigen, sich mit sinnvollen Veränderungen zu einem ökologischer, sozial verantwortlichen und nachhaltigen Wirtschaften zu bekennen und dies mit Freude und Überzeugung zu leben. Nachhaltiger Tourismus ist die Zukunft und wir wünschen uns, dass jeder Tourist und die Mitarbeiter sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt und den nachfolgenden Generationen bewusst sind.

Unser Ziel ist es, Hoteliers zu mehr Nachhaltigkeit zu motivieren, ihn zu einem bewussteren Umgang mit Ressourcen, mehr Regionalität, Verbesserung der Prozesse, Müllvermeidung und einen angemessenen Umgang mit dem Personal, ohne sie zu belächeln.

Wir verbinden unsere Leidenschaft für einen „Green Lifestyle“ sowie für das Reisen mit einer modernen, zukunftsgerichteten und ökologischen Unternehmensführung.

2

Balanced Scorecard oder Nachhaltigkeitstagebuch

In der Balanced Scorecard werden die Visionen und die darauf abgestimmte Strategie in Zielen, Kennziffern und Maßnahmen dargestellt. Sie gibt dem Hotelier und den Mitarbeitern einen ständigen Überblick über den Kurs des Unternehmens und der einzelnen Verantwortungsbereiche. Sie ist ein ideales Mittel, um die Strategien bei allen Mitarbeitern bekannt zu machen und leichter umzusetzen. Das Team kann sich an den Leistungsindikatoren der Balanced Scorecard orientieren und sich dann für den Erfolg des Unternehmens engagieren. Sie kann innerhalb des Jahres bei Teammeetings hinzugezogen werden, um Zwischenziele abzustecken und gemeinsam in den Abteilungen Umsatzmöglichkeiten zu besprechen.

Ein Nachhaltigkeits-Tagesbuch fasst alle erledigten nachhaltigen Maßnahmen zusammen und macht diese für das gesamte Team anschaulich. Beide Maßnahmen unterstützen am Jahresende die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts, welcher dann für alle Stakeholder öffentlich gemacht wird.



3

Onboarding Prozess

Ein gut vorbereiteter Onboarding Prozess mit Hausführung am ersten Arbeitstag sowie eine Job Rotation für die erste Woche bietet einen schönen Einstieg und eine Erleichterung für neue Mitarbeiter.

Welcome Packages, ausgestattet mit allerlei Infomaterialien und der Employer-Broschüre samt umfangreichem Benefit-Programm, ganz individuellen Grüßen von den künftigen Kollegen helfen dem neuen Teammitglied, sich ideal integriert zu fühlen und in die Nachhaltigkeit des Hotels einzutauchen.

Eine weitere Idee ist es, neue Mitarbeiter eine Nacht kostenlos im Hotel verbringen zu lassen - von der Haustür abholen und ihnen die Werte des Hauses nahelegen.



4

Informationen sinnvoll platzieren

Nicht zu unterschätzen ist, mit sinnvoller Platzierung an den richtigen Orten, die Wirkung der Informationen zu erhöhen. So wirkt ein Life-Hack (Infos über Nachhaltigkeit und Maßnahmen) gegenüber der Kaffeemaschine oder in der Raucherecke viel besser, da die Mitarbeiter dort kurz Zeit zum Lesen haben. Dabei sollte auf die einfache Gestaltung der Informationen geachtet werden. Weniger ist mehr, welche Abteilung braucht welches Wissen? Auch auf die jeweiligen Muttersprachen der Mitarbeiter kann dabei eingegangen werden. Ein monatlich wechselndes Themenboard (Ecoboard) verbreitet up to date Wissen.



Foto: SCHWARZWALD PANORAMA



Foto: SCHWARZWALD PANORAMA



Foto: SCHWARZWALD PANORAMA

5

Ideenreichtum anregen

Anhand einer Feedbackbox lässt sich ein Vorschlagswesen etablieren. So können sogar die besten Ideen prämiert werden, was Mitarbeiter dazu motivieren soll, sich mit dem Betrieb sowie der Nachhaltigkeit auseinander zu setzen und noch stärker zu identifizieren.



6

Nachhaltigkeit (be-)greifbar machen

Nachhaltige Maßnahmen einfach so auferlegen, funktioniert selten. Wenn aber das Personal selbst die Nachhaltigkeit erleben kann und die Aspekte anhand von Praxis verstehen lernt, ist die Wirkung viel größer.



- Bei Betriebsausflügen den Bio-Bauernhof oder den Winzer besuchen, wo die Lebensmittel für die Hotelküche herkommen
- Regelmäßige themenspezifische Schulungen und persönliche Gespräche
- Veggie Days mit Einbezug der Koch-Azubis
- Upcycling Workshops
- Teilnahme an Aktionstagen (z.B. der Earth Hour) oder an Klimaschutzaktionen und sozialem Engagement (Trödelmarkt, Baumpflanzen, Müll sammeln)



7

Schlaues Fundsachen-Handling

Wenige Hotels haben ein ordentliches "Re-Use"-Programm für die Fundsachen. Im schlechtesten Fall werden wertige Kleidungsstücke sogar im Restmüll entsorgt, was hinsichtlich Ressourcennutzung doppelt negativ ist, da Restmüll die teuerste Entsorgung darstellt und auch das Kleidungsstück damit unwiederbringlich zerstört wird. Im Hotel SCHWARZWALD PANORAMA beispielsweise werden die Fundsachen nach der gesetzlichen Aufbewahrungsfrist entweder an Charity Läden gespendet oder in der hauseigenen GIVEBOX dem Team zur Verfügung gestellt. Der Aufwand ist dabei gering und es kommt der Umwelt und den Mitarbeitern zu Gute.



Foto: SCHWARZWALD PANORAMA

Foto: SCHWARZWALD PANORAMA

8

Anregung von Prozessumstellungen

Mitarbeiter können am schnellsten den Begriff Nachhaltigkeit greifen, wenn sie einfache und pragmatische Handlungsveränderungen durchleben, mit unterstützen und begleiten.

Ein Beispiel ist die **Wachssammlung der Kerzenreste** im Restaurant, welche dann an eine regionale Kerzenmanufaktur gespendet werden, welche wiederum neue Kerzen daraus gießt und diese im Hotelshop verkauft werden. So kann man die Teams solche Kreisläufe persönlich durchleben lassen, damit sie den ökologischen sowie ökonomischen Sinn und Wert von Maßnahmen kennen und schätzen lernen.



Ein weiteres Beispiel ist die **NABU-KORK-Kampagne**, bei der sich das Hotel SCHWARZWALD PANORAMA ebenfalls beteiligt.

Kork ist eines der ökologischsten Rohstoffe die es gibt und eine Alternative zu Leder, Kunststoff und anderen Materialien, die bei der Herstellung verschiedener Konsumartikel (z.B. Mode) verwendet werden und z.T. sehr klimaschädlich sind. Kork ist zudem komplett recyclebar: Naturkork wird zum größten Teil zu Dämmgranulat verarbeitet.



Bisher wird nur ein Zehntel des Flaschenkorks dem Stoffkreislauf zugeführt. Bei der NABU-KORK-Kampagne werden die gesammelten Korken in gemeinnützigen Werkstätten zu Dämmgranulat-Kork verarbeitet. Die Verbindung von Umwelt- und Naturschutz, Ökonomie und sozialen Aspekten macht die KORKampagne zu einem beispielgebenden Projekt. Aus dem Erlös des Dämmgranulatverkaufs unterstützt der NABU Kranichschutzprojekte in Spanien – der Heimat der Korkeichen – und Deutschland, zur Erhaltung der traditionellen Korkwirtschaft und damit der einmaligen Landschaft der Dehesas.



9

Etablierung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements

Die Gesundheit der Mitarbeiter ist ein wesentlicher Bestandteil einer nachhaltigen Unternehmenskultur. Sport- und Entspannungsangebote für Mitarbeiter senken die Krankheitsquote und erhöhen die Mitarbeiterzufriedenheit. Gesunde Ernährung im Betrieb mit frischem Obst oder Gemüse ist leicht umgesetzt. Neben der standardmäßigen gesundheitsfördernden Mitnutzung der Freizeiteinrichtungen, wie SPA und Fitness, kann dem Team ein gemeinsamer Gesundheitskurs, zu Themen wie: Meditation, Yoga, gesunde Ernährungsweise, Fastenkuren, oder Teamübungen, angeboten werden.



Azubis und Studenten: Nachhaltigkeit in die betriebliche Ausbildung integrieren

Nachhaltigkeit hat auch viel mit dem Thema Persönlichkeitsentwicklung zu tun. Wenn der Arbeitgeber hinter den Werten und der Vision seines Unternehmens steht, kann eine ideale nachhaltige Unternehmenskultur entstehen, in der alle mit einbezogen werden. Als Hotelier sollte man stets ein offenes Ohr haben, besonders für junge Generationen, und sich hier der wichtigen Rolle als Influencer bewusst sein. Im Betrieb kann eine Person verantwortlich gemacht werden (evtl. der CSR-Manager), welche die Azubis an die Hand nimmt und sie mit Schulungen und Best Practice Beispielen an das Thema Nachhaltigkeit heranführt.

Gerade junge Menschen sind sehr an Nachhaltigkeit interessiert. Wenn man ihnen individuelle Azubi-Projekte zuteilt, können daraus wertvolle neue Dinge entstehen.



Interne Kommunikations-Apps „Hotelkit“ & „Überblick“

Im Zeitalter der Digitalisierung gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Kommunikation mit dem eigenen Team auch über Computer, Tablet und Smartphone zu vollziehen. Diverse Apps bieten heute einfache Lösungen. Keine Papierlisten, Endlos-Mails und verpasste Anrufe mehr, stattdessen findet ein transparenter, nachvollziehbarer Informationsaustausch statt. Die Mitarbeiter können sich gegenseitig über Schichten, Abteilungen und Standorte hinweg informieren und Nachhaltigkeitsthemen lassen sich darüber ideal verbreiten.

Der Europäische Hof in Heidelberg kommuniziert z.B. alle internen Nachhaltigkeitsmaßnahmen über die App „Überblick“ mit den Mitarbeitern. Auf diesem Wege werden Häppchenweise Bewusstsein und kleine Zielsetzungen jeder Abteilung zugespielt. Hierbei ist es allerdings noch besonders herausfordernd, die älteren Generationen dafür zu begeistern.



Warum ist eine Nachhaltigkeits-Zertifizierung so wichtig?

Tue Gutes und zeige es auch!



Um die umweltfreundlichen Initiativen effektiv an die Hotelgäste und andere Stakeholder zu kommunizieren und die Qualität der umgesetzten Nachhaltigkeitsaktivitäten professionell auszeichnen zu lassen, entscheiden sich viele Hotelbetriebe für Nachhaltigkeits-Zertifizierungen.

Fakt ist: Nachhaltige Zertifizierungen für Hotelbetriebe bringen grundsätzlich eine Menge Vorteile mit sich!



1. Ressourcenschonung

Wasser- und Energieverbräuche werden abgefragt fachgerecht nachgehalten und kontinuierlich verbessert. Häufig wird sogar ein CO₂-Wasser und -Fußabdruck angeboten.

2. Prozessoptimierung

Das enthaltene Umweltmanagementsystem bietet strukturierte Aufgabenverteilungen und optimiert das Umweltprogramm und die enthaltenen Prozesse. Klare Ziele, Maßnahmen und Zuständigkeiten ermöglichen somit eine langfristige Qualitätssteigerung.

3. Kosteneinsparung

Nachhaltigkeitssiegel unterstützen Hotels darin, Ressourcen zu sparen und Prozesse zu optimieren. Der Zusammenhang zwischen Ressourcenschonung und Kosteneinsparung liegt auf der Hand, denn wer weniger verbraucht, muss auch weniger bezahlen!

4. Marketing - „grünes Image“

Gerade in puncto umweltfreundliche Unternehmensführung ist der Austausch mit Stakeholdern von hoher Bedeutung. Die Nachhaltigkeit ist heute ein Wettbewerbsvorteil, denn immer mehr Reisende suchen gezielt nach klimaschonenden Unterkünften. Mit einem Zertifikat über die Nachhaltigkeit kann sich ein Hotel deutlich „grün“ positionieren, und dieses effektiv nach außen tragen.

5. Mitarbeiterbindung

Zufriedene Mitarbeiter strahlen dies nach außen und sind zumeist freundlicher und kompetenter im direkten Kundenkontakt. Da viele Siegel auch die soziale Komponente beinhalten, verfolgen nachhaltig zertifizierte Hotels häufig klare Ziele zur Mitarbeiterbindung, wie beispielsweise Mitsprache bei der Arbeitsplatzgestaltung, faire Löhne und regelmäßige Mitarbeiterschulungen. Dies verstärkt zum einen die Mitarbeiterloyalität und vereinfacht zum anderen die Gewinnung neuer Mitarbeiter.

Von Ressourcenschonung, über Kosteneinsparung bis hin zur effektiven Vermarktung – eine Nachhaltigkeitszertifizierung bringt allerlei Vorteile mit sich. Die erhöhte Sichtbarkeit und das positive grüne Image eines nachhaltig zertifizierten Hotels nehmen dabei eine unerlässliche Rolle ein, denn Nachhaltigkeits-Zertifizierungen ermöglichen eine starke Positionierung auf dem Hotelmarkt.

Vorteile der GreenSign Zertifizierung für Hoteliers

Wir gehen gemeinsam den grünen Weg!



GreenSign verhilft dir, eine hervorragende Arbeitgeber-Marke zu etablieren. Unsere Level 4 und 5 Häuser haben weniger Personalprobleme, denn ein ganzheitliches Nachhaltigkeitskonzept zieht auch Fachkräfte und junge Talente an.

Wir beraten dich gern:



So profitierst du und dein Hotel vom GreenSign:

- Umweltmanagementsystem zur kontinuierlichen Verbesserung & Qualitätssteigerung
- Integrierter CO₂-Fußabdruck
- Verbesserte Energie- und Umwelteffizienz
- Effektive Ressourcenschonung = Kosteneinsparung
- Marketing für ein positives grünes Image
- Optimierte Gästeansprache, Kundenbindung & Gewinn neuer Gästegruppen
- Stärkung der Mitarbeiterzufriedenheit & Mitarbeiterloyalität - verringerte Mitarbeiterfluktuation
- Transparente Darstellung der Nachhaltigkeit
- Erhöhte Sichtbarkeit im Web und in den Medien
- Großes Netzwerk und Partnerschaften
- Zahlreiche Networking-Veranstaltungen und gemeinsame Klimaschutz-Aktionen
- Nachhaltige Lifestyle Magazine kostenfrei für Gäste



Die wichtigsten Fakten zum GreenSign

Etabliertes Nachhaltigkeitszertifikat mit
integriertem qualitativem Managementsystem



- Praxisnah und speziell für die Hotelindustrie entwickelt
- Von InfraCert - Institut für Nachhaltige Entwicklung verliehen
- Das Kriterientool mit mehr als 100 Kriterien umfasst acht Kernbereiche für nachhaltiges Wirtschaften
- Der integrierte Maßnahmenplan bietet ideale Nachhaltigkeits-Strategien, um die Abläufe besser zu strukturieren und effizienter zu arbeiten
- Ein unabhängiger Auditor überprüft die Angaben direkt vor Ort



- Je nach Engagement des Hotels erfolgt die Einstufung in GreenSign Level 1 bis 5
- Hoteliers erhalten einen qualifizierten Bericht / Nachhaltigkeitserklärung
- Die Zertifizierung ist für 3 Jahre gültig
- Steigerung des GreenSign Levels bei einer verbesserten Nachhaltigkeitsleistung ist möglich
- Die Kosten richten sich nach der Größe des Hotelbetriebes
- Nachhaltigkeitsbarometer = transparente Übersicht über das nachhaltige Wirtschaften des Hotels
- Ein unabhängiger und hochrangiger Beirat fungiert ehrenamtlich als Kontroll- und Beratungsinstanz

The Lindenberg



Rückertstraße 47
60314 Frankfurt am Main

Deutschland

Nachhaltigkeits-Barometer:

Übersicht der Nachhaltigkeitsleistungen in den einzelnen Kernbereichen der Zertifizierung



Nur 3 Schritte zum GreenSign

Der Zertifizierungsprozess ist einfach und unkompliziert, die Außenwirkung professionell und effektiv



1

Antrag stellen



2

Anmelden im GreenSign-Tool
Selbstevaluation



3

Audit vor Ort im Hotel



Mit einfachen, aber wirkungsvollen Tipps und Tricks kann die Nachhaltigkeitszertifizierung online und offline zügig und effektiv durchgeführt werden. Das InfraCert Institut begleitet Hotels während und nach der Zertifizierung verlässlich und steht bei Fragen jederzeit kompetent zur Seite.

GreenSign ist als einzige Zertifizierung auf dem Hotelmarkt mit einem fünf-stufigen Level-System aufgebaut, welches den Einstieg in die Nachhaltigkeit für jedes Hotel ermöglicht.

Bist du bereit?



GREENSIGN

**Kontaktiere uns für
ein persönliches
Beratungsgespräch!**

www.greensign.de

InfraCert GmbH

**Institut für Nachhaltige Entwicklung
in der Hotellerie**

Katharinenstrasse 12
10711 Berlin

T + 49 30 318 62 84 21
F + 49 30 318 62 84 58

www.greensign.de
info@greensign.de

Bildnachweise (canva.com / Getty Images Pro):

Syda Productions (Titel), bernardbodo (S.9 re.), macniak (S.9. mi.), Jack F (S.9. li.), ALOtOfPeople (S.11. li.) ipopba (S.11. re.), RossHelen (S.17. li.), dragana991 (S.17. re.), Vector Juice (S.19. li.), annatodica (S.19. re.), SDI Productions (S.20),hanibaram (S.22. li.&re.), silviarita (S.26. ob.), lovro77 (S.26. mi.), fizkes (S.26. u.), DMEPhotography (S.27), Wavebreakmedia (S.28. li.), SimpleFoto (S.28. re.)

www.pexels.com:

fauxels (S.2 / S.15. li. & mi.), RODNAE Productions (S.5), Belle Co (S.6), Prateek Katyal (S.8), Ron Lach (S.12. li.), Dominika Roseclay (S.12. re.), Ketut Subiyanto (S.15. re.)