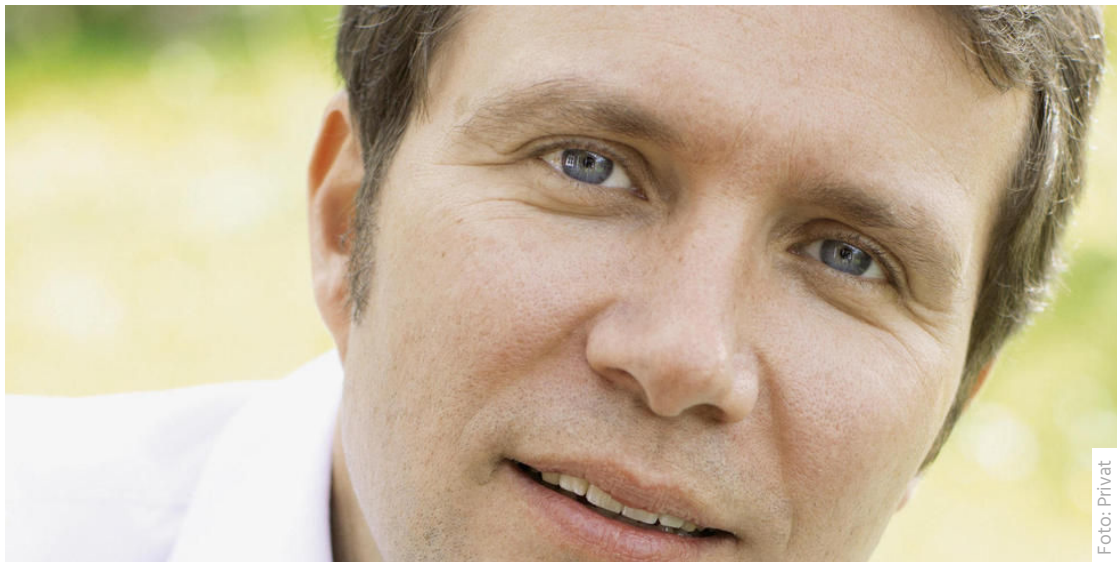


GASTBEITRAG

„Tu Gutes und sprich darüber“

Prof. Dr. Burkhard von Freyberg, Fakultät für Tourismus an der Hochschule München, schreibt über nachhaltiges Handeln in der Hotellerie.



Prof. Dr. Burkhard von Freyberg: „Jeder sollte zunächst vor seiner eigenen Haustüre fegen.“

Sonntag, 8. Mai 2016

Heute leben 7,45 Milliarden Menschen auf der Erde. 2050 werden es 9,5 Milliarden sein, 1960 waren es nur 3 Milliarden. Zahlen, die zeigen, dass es voller wird auf unserem Planeten. Die Folge: Knappe Ressourcen verteilen sich auf immer mehr Menschen, der enkelgerechte Umgang mit unserer Umwelt wird immer schwieriger und die Interaktion zwischen Individuen und Kulturen mit unterschiedlichen Ansprüchen komplexer.

Aus diesen Gründen sollte verantwortungsvolles Denken und Handeln im ökonomischen, ökologischen und sozialen Sinne bei jedem Einzelnen verankert sein. Wegschauen in Zeiten der Informationsgesellschaft oder Verweisen auf Dritte, die handeln sollten – insbesondere

größere Instanzen wie Stadtverwaltungen oder Regierungen – ist weder möglich noch sinnvoll. Jeder sollte zunächst vor seiner eigenen Haustüre fegen.

Ein Hotel bietet die ideale Plattform, nachhaltig zu agieren, und zwar für alle Beteiligten – in erster Linie die Unternehmer, die Mitarbeiter, die Gäste und auch die Partnerbetriebe. Sie kommen hier jeden Tag zusammen und können sich in ihrem Tun befruchten und inspirieren. Ganz im Sinne der Gemeinwohl-Ökonomie, dem Aufbruch zu einer ethischen Marktwirtschaft, deren Ziel nicht die Vermehrung von Geldkapital ist, sondern das gute Leben für alle. Weg von der Ressourcenausnutzung, hin zur Potenzialentfaltung.

Es ist natürlich umso förderlicher, wenn das für jeden Einzelnen nicht unbedingt eine selbstlose Angelegenheit bleibt. Hoteliers wissen, dass nachhaltiges Handeln im Hotel zunehmend wahrgenommen, grüne Angebote wertgeschätzt und zum Buchungskriterium werden – nicht nur bei den sogenannten Lohas. Die Tripadvisor-Studie aus dem Jahr 2013 „Alle Zeichen stehen auf grün“ bestätigt dies. Hotels verzeichnen nicht unerhebliche Einsparungen durch Maßnahmen bei Abfall-, Energie- und Wasserreduzierung. Soziales Handeln ist ein Erfolgsfaktor bei der Mitarbeiterbindung und -gewinnung, da Werte für die Gen Y ganz wesentlich im Job sind. Warum nicht einen Mitarbeiter zum Nachhaltigkeitsbeauftragten machen?

Löblich, wenn man bei nachhaltigem Handeln kommunikativ zurückhaltend sein möchte, aber falsche Bescheidenheit ist nicht notwendig. „Tu Gutes und sprich darüber“ – sowohl offline als auch online – ist förderlich, um Aufmerksamkeit für das Thema zu wecken. Über Zertifizierungen nachzudenken, ist sicher ein guter Schritt. Vorbilder für aktives nachhaltiges Handeln und Kommunizieren gibt es in der Hotellerie mittlerweile einige: Beispiele sind die Konzerne Accor und Rezidor, aber auch Privathotels wie Das Kranzbach in Krün oder das Rhönschaf-Hotel in Ehrenberg.

Noch ein letzter Gedanke: Nachhaltiges Denken sollte schon bei der Planung neuer Hotels beginnen. Abgesehen von baulichen Fragen: Braucht es wirklich stets so viele Hotels an einem Standort? Zu viele Seerosen – und dies hat bereits 1972 das Ehepaar Meadows in seiner Studie „Limits to Growth“ treffend formuliert – entziehen dem Teich den Sauerstoff.

Nachhaltigkeit: Chance oder sogar Pflicht für Hoteliers?

Diskutieren Sie mit Prof. Dr. Burkhard von Freyberg in der AHGZ-Community.

(<http://www.ahgz.de/kommentar>)