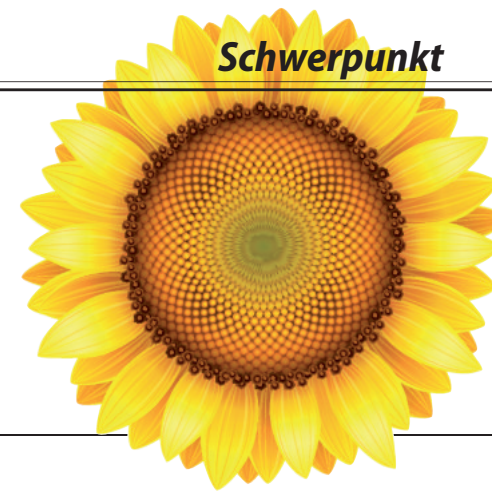


Die Zeit der Ökopioniere ist vorbei. Auch Kettenhotels und Luxusherbergen haben erkannt, dass es ohne umweltbewusstes Management nicht mehr geht. Selbst Geschäftsreisende fragen nach der CO₂-Bilanz. Viele Zertifizierer bieten sich an.



Interview: Andreas Kuhlmann, Vorsitzender der Geschäftsführung, Deutsche Energie-Agentur (Dena)

„Für Energieeffizienz motivieren“

Der Dena-Chef über das Projekt, das Hotels helfen soll, ihren Weg zu einem ökologisch und ökonomisch erfolgreichen Gastgewerbebetrieb zu gehen.

Das Modellvorhaben der Dena hat ein wirtschaftlich, sozial und ökologisch tragbares Konzept für das Hotel der Zukunft als Ziel. Keine Kleinigkeit, wie weit sind Sie gekommen?

Kuhlmann: Um ein solches Konzept zu entwickeln, ist es wichtig, zunächst die Chancen, Herausforderungen und Hemmnisse einer Branche zu identifizieren und Lösungsansätze aufzuzeigen. Im gerade veröffentlichten Fortschrittsbericht zur Halbzeit des Projekts fassen wir bisherige Erkenntnisse zusammen: Qualität bei der Energieberatung, Finanzierung und knappe Ressourcen sind dabei die Schwerpunkte. Da werden wir dranbleiben. Schauen wir auf unsere 31 Teilnehmer: Sie sind unterschiedlich weit gekommen. Erste Schritte haben sie aber alle getan: Die meisten halten einen Sanierungsfahrplan in den Händen, der den Weg zum Ziel in machbare und finanzierbare Schritte zerlegt. Viele Häuser haben bereits Sanierungsmaßnahmen umgesetzt, und eine Jugendherberge ist schon fertig saniert. Meilensteine sind auch die regelmäßigen Treffen zum Netzwerken und Austauschen.

Welche Hotels nehmen teil und wie wurde ausgewählt?

Kuhlmann: Unsere Teilnehmer sind Betreiber von Hotels, Jugendherbergen und Naturfreundehäuser aus ganz Deutschland, die ihre Gebäude energetisch fit für die Zukunft machen wollen. Am häufigsten vertreten sind 3-Sterne-Hotels, die auch ein Restaurant betreiben.

Das Modellprojekt

Um die Energiesparpotenziale für Hotelgebäude zu zeigen, führt die Dena seit 2015 und noch bis 2018 das Modellvorhaben „Check-in Energieeffizienz“ durch. Rund 30 Hotels und Herbergen aus ganz Deutschland zeigen, was möglich ist. Das Projekt umfasst die Phasen Energieberatung, Umsetzung der Maßnahmen und Monitoring der Verbräuche.

www.check-in-energieeffizienz.de



Andreas Kuhlmann: „Energieeffizientes Verhalten lohnt sich auf beiden Ebenen, Kostenersparnis und Marketing.“

der Umgang mit Heizung, Licht und Wasser nicht immer bewusst und sparsam. Schließlich bezahlt der Gast und möchte sich nicht eingeschränkt fühlen. Die Hotelbranche steht da vor der besonderen Herausforderung des „Verzichts auf den Verzicht“. Mit dem Coaching möchten wir deshalb Wege finden, das Thema Energieeffizienz zeitgemäß und motivierend, aber ohne erhabenen Zeigefinger zu vermitteln.

Ist für ein wirksames Nachhaltigkeitsmarketing eine Zertifizierung nötig?

Kuhlmann: Zertifikate, die aussagekräftig und bekannt sind, sind sicherlich sinnvoll. Die Aussagen eines Labels müssen aber auch umgesetzt und vom Gast erlebt werden können. Sonst bleibt es beim gerahmten Papier in der Lobby. Wichtig wäre auch, dass die großen Buchungsportale dem Nutzer mehr Möglichkeit bieten, gezielt nach einem nachhaltigen Hotel zu suchen.

Welche Rolle spielen die Hotelmitarbeiter?

Kuhlmann: Eine ganz zentrale Rolle, denn durch mehr Effizienz und Komfort wird der Arbeitsplatz insgesamt aufgewertet. Darüber sollte der Hotelier mit seiner Belegschaft sprechen. Denn nur gut informierte und überzeugte Mitarbeiter werden zu Effizienzbotschaftern für die Gäste und machen Energieeffizienz zur Selbstverständlichkeit im Betrieb. Natürlich muss der Chef das auch selbst leben und Vorbild sein. Wir haben deshalb einen Leitfaden zur Mitarbeiterkommunikation entwickelt, der viele Anregungen enthält und kostenfrei auf unserer Webseite zur Verfügung steht.

Können auch Hotels von dem Projekt profitieren, die nicht teilnehmen?

Kuhlmann: Natürlich soll die ganze Branche vom Projekt profitieren. Schließlich wollen wir zeigen, wie Hotels und Herbergen ihre energetische Bilanz optimieren können. Und natürlich bieten wir unsere Praxishilfen, die wir im Laufe des Projekts entwickeln, kostenfrei zum Download an.



Redakteur
Bernhard Eck
b.eck@ahgz.de

Es sind Häuser von Hotelketten dabei und auch ein bekanntes 5-Sterne-Hotel – das Grand Hotel Heiligendamm an der Ostsee. Die meisten Hotels sind inhabergeführt. Au-

Bürgschaften und die Entwicklung von Standardprotokollen, die die technischen Angaben für die Banken „übersetzen“ und so eine positive Bewertung zulassen. Dazu gibt es ein spannendes EU-Projekt, das „Investor Confidence Project“. Anhand eines Hotels aus dem Modellvorhaben will die Dena das Instrument in der Praxis für den deutschen Markt testen.

Welche Bedeutung hat die ökologische Ausrichtung für ein Hotel? Geht es nur um Kostenersparnis oder auch ums Marketing?

Kuhlmann: Energieeffizientes Verhalten lohnt sich auf beiden Ebenen. Die Gewichtung schwankt da von Hotel zu Hotel. Einer unserer Teilnehmer möchte Deutschlands nachhaltigstes Hotel werden und bietet seinen Gästen die Übernachtung im „nachwachsenden Zimmer“ an. Da sind die Themen Ökologie und Energieeffizienz ganz klar Alleinstellungsmerkmale. Anderen Teilnehmern geht es in erster Linie um die Kostenersparnis, aber auch darum, ein moderneres Haus mit viel Komfort zu werden.

Gibt es Rückmeldungen von den Hotels dazu, wie Gäste auf die Maßnahmen reagieren?

Kuhlmann: Das ist ein spannender Teil des Modellvorhabens. Wir haben vier Hotels zu einem intensiven Coaching eingeladen, um dieses Thema zu diskutieren. Gäste reagieren zwar grundsätzlich positiv auf „grüne“ Themen im Hotel, so die Rückmeldung. Gleichzeitig ist

Zertifizierer

GreenSign, InfraCert: Die Zertifizierung ist ein integriertes Managementsystem, mit dem sich Hoteliers bei Nachhaltigkeit und Qualität weiterentwickeln können. Es gibt Beratung im Bereich Nachhaltigkeit, Hoteliers werden durch umfangreichen Marketingaktivitäten unterstützt. Die Zertifizierung gilt für drei Jahre und kostet jährlich 990 Euro. Das einmalige Audit kostet 1250 Euro. Zertifiziert sind derzeit fast 90 Hotels (www.infracert.de).

Emas: Emas ist ein anspruchsvolles, auf Dauer angelegtes Umweltmanagementsystem. Es beginnt mit einer Umweltpflichtprüfung und führt zu einer Umwelterklärung. Ein Umweltgutachter kontrolliert und bestätigt. Die Kosten hängen vom Arbeitsaufkommen bei der Einführung ab. Regelmäßig zu bezahlen ist der Umweltgutachter. Registriert sind in Deutschland etwa 110 Betriebe (www.emas.de/home).



Climatepartner: Angeboten werden komplette Lösungspakete zum Thema Klimaschutz: CO₂-Bilanz; Reduktionsleitfaden, mit dessen Hilfe der Betrieb Klimaschutzmaßnahmen umsetzen kann; Zugang zu einer Auswahl an Klimaschutzprojekten (Ziel: klimaneutrales Hotel); Marketing- und Vertriebspaket mit Urkunden, Labels, Texte für Webseite, Banner. Kosten für Kleinstbetrieb ab 250 Euro; im Schnitt bei etwa 500 Euro. 200 Hotels sind zertifiziert (www.climatepartner.com).

Viabono: Im Angebot sind die Viabono-Zertifizierung, der DEHOGA Umweltcheck, der CO₂-Fußabdruck. Die einmalige



Prüfgebühr beträgt beim Viabono-Zertifikat 250 Euro plus jährlich 4 Euro pro Zimmer. Ebenso viel kostet der DEHOGA Umweltcheck. Der CO₂-Fußabdruck kostet alle zwei Jahre 490 Euro. Das Viabono-Zertifikat tragen 70 Hotels, den CO₂-Fußabdruck etwa 50 und den DEHOGA Umweltcheck 72 (www.viabono.de). *bar*