

Nachhaltigkeit kann sich lohnen

FCSI-Kompetenzforum: Ohne Ökologie im Gastgewerbe geht es nicht / Best-Practice-Beispiele erfolgreicher Hoteliers

KÖLN. Ökologie und Nachhaltigkeit spielen im Gastgewerbe eine immer wichtigere Rolle. Das gilt fürs Tagesgeschäft ebenso, wie für die Planung und den Bau neuer Hotels und Restaurants. Gefragt sind weniger Müll, weniger Emissionen, geringerer Energieverbrauch, nicht zuletzt um Kosten zu sparen. Ein Beispiel: das Null-Energie-Haus.

Wie funktioniert ein entsprechendes Gebäude in der Hotellerie? Was gibt es zu beachten, etwa beim Standort? Diesen Fragen ging der Architekt Heinz Eck beim Kompetenzforum der Foodservice Consultants Society International (FCSI) im Maritim Köln nach. Ecks Fazit: „Ein Null-Energie-Hotel ist kein Traum für Paradiesvögel.“ Vielmehr sei es ein zukunftssträchtiges Modell, das beste Marktchancen habe.

Grün wohlfühlen

Auch Spas schwimmen auf der grünen Welle, beobachtet die Hotelberaterin Hildegard Dorn-Petersen. Das reicht von natürlichen Materialien bei der Ausstattung bis hin zu zertifizierter Naturkosmetik und entsprechend geschultem Personal. „Green Spa“ heißt das neue Zauberwort aus Sicht der Expertin. Passende Auszeichnungen gibt es schon: „Wir haben bereits 30 Bewerber für den Green Spa Award 2011“, so die Wellness-Expertin.

Den ersten entsprechenden Preis hatte Menschels Vitalresort in Meddersheim bekommen. Und die Bemühungen um grüne Wellness gehen unvermindert weiter. Erst im Dezember 2010 hat etwa das Alpenresort Edelweiß in Wagrain im Salzburger Land den ersten passivhausgerechten Wellnessbereich Österreichs eröffnet. „Eine Investition in die Zukunft“, so Dorn-Petersen.

Kleine Dinge reichen oft schon, den Stein ins Rollen zu bringen, weiß Sylvia Lehmann, Inhaberin des Beratungsunternehmens Lehmann-Hotelkompetenz in Nürnberg. Sie beschäftigte sich beim Kompetenzforum mit Housekeeping unter Öko-Aspekten. „Bei mehr als 228 Mio. Übernachtungen in Deutschland fallen allein 140 Mio. Euro Kosten nur für das Waschen der Hotelwäsche an“, weiß sie. „Bei einer Reduktion von nur 10 Prozent der

Schmutzwäsche könnten 14 Mio. Euro pro Jahr eingespart werden“, so die Expertin. Doch nur wenn Gäste, Hoteliers und Mitarbeiter an einem Strang zögen, stelle sich der gewünschte Effekt ein. „Mitarbeiter sind der Nachhaltigkeitsfaktor Nummer eins“, sagte Lehmann.

„Grün ist duft“, findet Sabine Waske, Hoteldirektorin des Naturresorts Schindelbruch in Stolberg/Harz. Seit 2009 führt sie mit ihrem Mann das erste klimaneutrale Hotel Mitteldeutschlands. Sie verzichtet auf Minibars und



Pierre Nierhaus: „Bio mit Plastikgeschirr geht nicht“

Foto: Verband

Stand-by-Betrieb, setzt in den Sanitärbereichen auf Perlatoren, auf Mülltrennung und geschulte Mitarbeiter. „Wir sind ein Luxushotel. Der Gast kann sich entscheiden, ob er mitmacht. Er muss nicht“, so Waskes Fazit, das gleichzeitig die Grundproblematik ökologischen Handelns im Gastgewerbe charakterisiert.

Image entscheidet

Zwar wird Nachhaltigkeit zunehmend gängig, doch an der Außenwirkung muss noch gefeilt werden. „Imagebildung durch nachhaltige Gastronomie. Nutzen oder der große Bluff?“, Unter diesem Motto servierte Pierre Nierhaus, Gastronom, Consulter und Buchautor, weltweite Gastrotrends, Best-Practice-Beispiele und echte Kardinalfehler. „Alles Bio, alles top. Und davor liegt das Plastikgeschirr“, so Nierhaus, der den 140 Teilnehmern des Forums bildhaft schilderte, wie Nachhaltigkeit im Gastgewerbe garantiert nicht funktioniert. *Hannelore Mattern*

► www.fcsi.org