



Bild: Pixabay

Dossier: Fachbeiträge

Fachbeiträge aus der Branche

Finden Sie hier spannende und interessante Fachbeiträge von Experten aus der Branche.

Publiziert am Dienstag, 01. Juni 2021

Leistungsträger früh ins Boot holen

Ein wegweisendes Projekt bietet Destinationen, die sich nachhaltig ausrichten wollen, ein wertvolles Arbeitsinstrument. Aber ohne Leistungsträger geht es nicht.



E-Bikes in Samnaun: Die Region liefert ein wertvolles Handbuch, das den weiten Weg zur nachhaltigen Destination aufzeigt.

Bild: Filip Zuan

Hotellerie und Gastronomie sind der zentrale Ort, an welchem Nachhaltigkeit in einer Destination gelebt wird: der bewusste Umgang mit den Ressourcen, der Genuss der regionalen Spezialitäten und die herzliche Gastfreundschaft.

Eine Tourismusdestination tut gut daran, diese Leistungsträger möglichst früh mit ins Boot zu holen und sie für den Wert der nachhaltigen Ausrichtung zu sensibilisieren. Kein anderer Leistungsträger steht so direkt und persönlich im Kontakt mit dem Gast wie die Hotellerie. Sie kann ihn auf die besonderen Angebote der Destination und des Betriebs aufmerksam machen. Das beinhaltet beispielsweise ein saisonales Speiseangebot mit lokalen Spezialitäten, den Hinweis auf kulturelle Veranstaltungen und regionale Besonderheiten sowie den Einklang mit Fauna und Flora bei Ausflügen in die Natur.

Das Ganze ist mehr als die Summe der Einzelteile

Umsetzungshilfen für die internen Prozesse erhalten die Hotels von anerkannten, branchenspezifischen und praxisorientierten Zertifizierern. Die neutrale Überprüfung der Kriterien und Massnahmen dient auch einer glaubwürdigen Kommunikation.

Die Tourismusdestination Engadin Samnaun Val Müstair hat sich bereits in den vergangenen Jahren einen Namen gemacht mit naturnahem und respektvollem Tourismus. Dieser wegweisende Schritt und das damit verbundene Commitment dürften sich wohl in der derzeitigen, von Schweizer Feriengästen geprägten Zeit positiv auswirken.

«Der Weg zu einer allfälligen Nachhaltigkeitsauszeichnung ist weit.»

Anita Gschwind

Geschäftsleiterin des Nachhaltigkeitslabels Ibx Fairstay

Ein Blick in das soeben veröffentlichte – und frei zugängliche – Handbuch zeigt jedoch, dass der Weg zu einer allfälligen Auszeichnung weit ist und geprägt von vielen kleinen Massnahmen im Vorfeld. Dieser Prozess ist massgeblich für die spätere Identifikation aller Beteiligten, welche dafür sorgen, dass die neue Kultur erleb- und spürbar ist. Es sind eben genau die Leistungsträger, und insbesondere deren Mitarbeitende, die das Angebot gestalten und im direkten Kontakt mit den Gästen sind. Das fordert bisweilen einen Kulturwandel in einen oder anderen Unternehmen.

Tue Gutes und sprich darüber

Die Bergbahnen haben in den letzten Jahren auch schon enorm viel unternommen in Sachen Nachhaltigkeit; beispielsweise Ressourcen wie Wasser und Strom eingespart. Das zahlt sich für die Unternehmen finanziell aus. Es geht nun darum, diese Bestrebungen weiterzuverfolgen, die negativen Auswirkungen auf die Biodiversität zu reduzieren und die Öffentlichkeit darüber zu informieren. Ganz unter dem Motto «Tue Gutes und sprich darüber».

Wichtig dabei ist die Überprüfbarkeit anhand von Kennwerten im Mehrjahresvergleich. Bei der Gästelenkung stehen der öffentliche Verkehr und der Langsamverkehr im Zentrum. Dies nicht in Form von Verboten, sondern mit attraktiven Angeboten. Auch das lokale Gewerbe kann mitwirken, indem es einen Rundum-Mietservice von Ski- oder Wanderausrüstung bietet und dadurch dem sportlichen Gast eine ressourcenschonende Sharing-Lösung anstelle eines Kaufs ermöglicht.

Die Zusammenarbeit von unterschiedlichen Leistungsträgern einer Destination erhält mit dem erwähnten Handbuch ein wertvolles Werkzeug und neuen Schwung. Es geht um die Entwicklung von innovativen Konzepten und das Schnüren von ressourcenschonenden Packages, welche dem Gast den Mehrwert des Erlebens und Entdeckens ermöglichen.

Kooperationen für die nachhaltige Ausrichtung

Die Kooperationen mit ausgewählten Partnern fördern das Miteinander und somit das gegenseitige Vertrauen und Verständnis – ganz zu schweigen von den personellen und finanziellen Ressourcen, die durch Effizienzsteigerung und Aufgabenteilung eingespart werden können.

Eines darf jedoch bei der nachhaltigen Ausrichtung einer Tourismusdestination nicht aus den Augen gelassen werden: der Mensch. Er steht im Mittelpunkt – als Personal mit fairen, fördernden Arbeitsbedingungen, als Gast, der mit allen Sinnen die Destination entdecken möchte, und als Bevölkerung, die durch aktives Mitwirken den Besuchenden stolz ihre Heimat und Gastfreundschaft näherbringen darf. Packen wir es an. Wenn nicht jetzt, wann dann?

Fachautorin Anita Gschwind ist diplomierte Restauratrice-Hotelière HF, Erwachsenenbildnerin und ausgebildete Köchin. Mit Wurzeln in der Landwirtschaft, liegt ihr der nachhaltige und sorgfältige Umgang mit den natürlichen Ressourcen am Herzen. Seit August 2016 leitet sie die Geschäftsstelle des Nachhaltigkeitslabels Ibex Fairstay.



Anita Gschwind

Publiziert am Montag, 06. September 2021

Fachbeitrag

Pflege und Lebensdauer des Bettes: Was guten Schlaf ausmacht

Hygiene und Sauberkeit sind das A und O für zufriedene Gäste. Gerade das Bett als Kernstück des Hotelzimmers sollte einwandfrei sauber sein. Wie lässt es sich optimal pflegen, und welche Lebensdauer ist von qualitativ hochwertigen Produkten zu erwarten?



Der Gast hat ein frisches Bett verdient. Neue Bettwäsche reicht da jedoch nicht.
Adobe Stock

Fachbeitrag von Alexandra Burkart von Hilding Anders Switzerland AG, zu der die Marken [BICO](https://bico.ch/) (<https://bico.ch/>) und [Happy Professional](https://happy-professional.ch/) (<https://happy-professional.ch/>) gehören.

Damit Gäste sich in ihren Zimmern rundum wohlfühlen und gut schlafen, sollten Sie ihnen eine hygienisch einwandfreie Schlafstätte bieten können. Dabei spielen neben der Matratze das Duvet, die Kissen und die Bettwäsche eine ausschlaggebende Rolle für das Schlafklima. Mit einer professionellen Reinigung der Bettwäsche nach jedem Gästewechsel alleine ist es jedoch nicht getan. Das ganze Bettsystem erfordert regelmässige und fachgerechte Pflege, um Pilzen, Milben und Bakterien effektiv entgegenzuwirken.

Tägliches Lüften ist ein Muss für ein optimales Schlafklima. Denn von den Gästen werden in jeder Nacht Feuchtigkeit und Wärme in die Schlafumgebung abgegeben. Dabei sollte nicht nur ins Zimmer frische Luft hereingelassen werden. Auch die Kissen, die Bettdecke und die Matratze müssen auslüften können, damit die Feuchtigkeit der Nacht richtig entweichen kann. Schütteln Sie zudem Daunen und Federdecken aus, damit die Füllung nicht verklebt oder an Rückstellkraft verliert.

Das regelmässige Wenden der Matratze spielt für eine optimale Abtrocknung eine entscheidende Rolle.

Alexandra Burkart

Die Bettwäsche sollte bei jedem Gästewechsel bei einer Wäsche von mindestens 60 °C gereinigt werden. Erst bei diesen Temperaturen werden Milben, Bakterien und Viren abgetötet. Neben der hohen Temperaturtoleranz ist auch die Luftdurchlässigkeit der Materialien ein Muss.

[IMG 2]Duvets und Kissen sollten Sie neben dem täglichen Ausschütteln mindestens einmal im Quartal gemäss den Hinweisen der Reinigungsetiketten waschen lassen. Bei sichtbaren Verschmutzungen sollten sie hingegen umgehend gereinigt werden. Für eine Allergiker-freundliche Umgebung ist die Reinigung alle sechs Wochen erforderlich. Auch das Nutzen von Encasings für die Bettwäsche ist hinsichtlich des Milbenschutzes zu empfehlen. Damit Ihre Gäste gut schlafen können, ist hier die Verwendung hochwertiger Encasings, welche nicht rascheln, ratsam.

Hochwertige Matratzen besitzen abnehmbare Matratzenhüllen, die je nach Füllmaterial bei mindestens 60 °C oder chemisch gereinigt werden können. Beachten Sie hierbei die Pflegeanleitung des Herstellers und die Hinweise auf der Etiketle. Es empfiehlt sich, den Matratzenbezug, abhängig von der Auslastung, einmal pro Jahr zu waschen. Möchten Sie die Matratze regulär von kleinen Partikeln reinigen, bieten sich weiche Bürsten an. Diese schonen die Auflage.

Neben der Pflege der Hülle sollte auch dem Matratzeninneren Sorge getragen werden. Das regelmässige Wenden der Matratze spielt für eine optimale Abtrocknung eine entscheidende Rolle. Achten Sie hier darauf, die Matratzen mit jeder Reinigung des Matratzenbezuges gemäss den Angaben des Herstellers zu drehen. So kann zudem Liegemulden vorgebeugt und eine gute Stützung des Materials aufrechterhalten werden.

Waschbare Schutzbezüge für Matratzen sind eine weitere Möglichkeit, um die Sauberkeit hoch halten und dabei die Matratzenhülle schonen zu können. Denn qualitativ hochwertige Produkte lassen sich bei jedem Gästewechsel bei 95 °C waschen und sind atmungsaktiv sowie feuchtigkeitshemmend. Auch diese sollten raschelfrei sein.[DOSSIER]

Ein Bettsystem ist eine Investition für ein Jahrzehnt

Selbst bei guter Pflege und hochwertigen Produkten sammeln sich über die Jahre hinweg Rückstände in den Matratzen an. Deshalb sollten Sie das Bettensystem alle acht bis zehn Jahre wechseln. Hierbei lohnt sich die Investition in qualitative Lösungen, welche neben Materialbeständigkeit ebenfalls in der Atmungsaktivität überzeugen und leicht zu reinigen sind. Dies ermöglicht Ihnen nicht nur den Hygienestandard in Ihren Zimmern hoch zu halten, sondern überzeugt auch Ihre Gäste von der Qualität ihrer temporären Schlafstätte.

Publiziert am Donnerstag, 08. Juli 2021

Fachbeitrag

Jeden Tag landet viel Geld im Abfall

Die Gastronomiebranche ist für 14 Prozent der Lebensmittelabfälle der Schweiz verantwortlich. Das Messen

und Quantifizieren kann dazu beitragen, Food-Waste zu reduzieren.



Wie viel Food-Waste verursachen Tellerrückläufe?

Bild: iStock

Zwei Drittel aller Lebensmittelabfälle könnten vermieden werden. Bei derzeit 2,8 Millionen Tonnen Food-Waste ist dies jedoch ein langer Weg. Auch für die Gastronomiebranche. Ist sie doch für 14 Prozent des gesamten Lebensmittelabfalls in der Schweiz verantwortlich und somit ein wesentlicher Teil des Problems.

Studien des Bundesamts für Umwelt (Bafu) zufolge verursacht die Gastronomiebranche fast 300 000 Tonnen an Lebensmittelabfällen pro Jahr, was zu Kosten in der Höhe von rund einer Milliarde Schweizer Franken führt. Es wird geschätzt, dass im Gastgewerbe durchschnittlich 20 Prozent des gesamten Wareneinsatzes entsorgt werden. [DOSSIER]

Nicht nur die Wirtschaft zahlt ihren Preis für diese Verschwendung, sondern auch die Umwelt. Die Federal Agriculture Organization der Vereinigten Staaten (FAO) geht davon aus, dass pro Kilogramm Food-Waste 2,5 Kilogramm CO₂-Äquivalente verursacht werden.

Global betrachtet lassen sich acht Prozent aller von Menschen verursachten Treibhausgase auf Food-Waste zurückführen. Das ist fast derselbe Anteil an der globalen Erwärmung wie derjenige des weltweiten Strassenverkehrs.

Nachhaltig betriebene Restaurants werden immer gefragter

Es besteht aber Hoffnung. Gerade auch für die Gastronomie. Die technologischen Fortschritte der letzten Jahre ermöglichen erstmals die längerfristige Quantifizierung von Lebensmittelabfällen. Dies führt dazu, dass einerseits datenbasierte Branchenvergleichswerte geschaffen und andererseits Massnahmen getestet und ausgewertet werden. Ob der Anstoss nun von der Regierung oder vom sich ändernden Konsumentenverhalten kommt, die letzten Jahre zeigen klar eine wachsende Nachfrage nach nachhaltig betriebenen Restaurants auf.

Was können Sie konkret dazu beitragen? Um das ehrgeizige Ziel von 50 Prozent Abfallreduktion wirklich zu erreichen, ist ein langfristiges Engagement aller Mitverantwortlichen erforderlich. Dazu muss nachhaltiges Arbeiten in die Kernprozesse integriert werden. Was Sie dafür tun können:

- Werfen Sie öfter einen Blick in Ihren organischen Abfalleimer – Sie werden schockiert sein.
- Gewinnen Sie eine Übersicht, wie viel von welchen Lebensmitteln entsorgt wird und woher der Abfall kommt (zum Beispiel Tellerrückläufe versus Überproduktion).
- Implementieren Sie eine Food-Waste-Tracking-Lösung zur Messung.
- Nutzen Sie die Erkenntnisse und Daten, um Problemstellen zu identifizieren.
- Setzen Sie sich Ziele und ergreifen Sie Massnahmen.
- Kommunizieren Sie Ihre Bemühungen und Resultate Ihren Mitarbeitenden und Gästen.

In einem ersten Schritt ist es jedoch wichtig, eine systematische und vergleichbare Methode zu finden, um das Problem sowohl auf Branchen- als auch auf Betriebsebene zu quantifizieren. Denn nur was gemessen wird, kann auch reduziert werden. Denn bis anhin basieren die Zahlen zu Food-Waste oftmals auf Schätzungen, die meist nicht der Realität entsprechen.

Das Ausmass an Food-Waste ist viel grösser als erwartet

Denn vielen fällt es schwer, sich das Ausmass von Lebensmittelabfällen vorzustellen. Und oftmals sind diese viel grösser als erwartet. Messungen haben ergeben, dass grössere Luxushotels in der Schweiz vermeidbare Lebensmittel im Wert von 5000 bis 35 000 Franken pro Monat entsorgen. Dabei könnten sie durchschnittlich bis zu 100 000 Franken pro Jahr einsparen.

Zu den am häufigsten entsorgten Lebensmitteln gehörten unter anderem Brot, Gemüse, Teigwaren und Salat. Durch langfristige und ganzheitliche Messungen wie auch durch Industrievergleichswerte können Betriebe versteckte Kosten aufdecken, Arbeitsprozesse optimieren und entsprechend Kosten einsparen.

Gezielte Massnahmen sind nun dringend notwendig

Angesichts der aktuellen Lage der Branche im Jahr 2021 ist es an der Zeit, Massnahmen zu ergreifen. Es ist relevanter denn je, dass wir unsere Food-Waste-Reduktionsziele erreichen. Für die Umwelt, für die finanzielle Erholung der Branche und um einen nachhaltigen Ressourcenverbrauch zu gewährleisten.

Fachautorin Naomi MacKenzie ist Gründerin und Mitglied der Geschäftsleitung von Kitro. Zusammen mit Anastasia Hofmann hat sie das Start-up 2017 gegründet. Mit künstlicher Intelligenz als Grundlage bietet das Unternehmen eine automatisierte Datenerfassungs- und Analyselösung für Lebensmittelabfälle, die auch in der Hotellerie und Gastronomie eingesetzt wird.



Naomi MacKenzie
Publiziert am Mittwoch, 30. Juni 2021

Boxspring-Betten

Mehr als nur ein Trend in der Hotellerie

In der Hotellerie ist das gefederte Bettsystem seit längerem etabliert. Erfüllt es aber die besonders hohen Anforderungen an Komfort, Ergonomie und Hygiene? Ein Fachbeitrag von Jens Fischer.



Ein gutes Bett bietet nicht nur dem Gast erholsamen Schlaf, sondern kann auch im Hotelalltag eine Erleichterung sein.

Bild: Pixabay

War es früher in der Hotellerie kaum ein Thema, sich über die Qualität der Betten zu differenzieren, gehören Boxspringbetten heute zum Standard vieler Häuser aller Kategorien. Die Betten sehen nicht nur wohnlich aus, sondern lassen sich durch ihren textilen Bezug jedem Stil anpassen.

Da es jedoch Produkte in allen Qualitäts- und Preiskategorien gibt, fällt die Orientierung bezüglich Qualität und Eignung für den extremen Dauergebrauch im Hotel allerdings schwer. Zudem ist die Bezeichnung Boxspringbett kein geschützter Begriff und wird fast inflationär für alle Modelle verwendet, die einen Polsterbezug haben, ungeachtet ihres funktionalen Aufbaus und des Qualitätsanspruchs.

Eine amerikanische Erfindung

Ende des 19. Jahrhunderts suchten amerikanische Bettenhersteller nach einer hygienischeren Lösung für Betten. Diese fanden sie in der Kombination von Federkernmatratzen mit ebenfalls gefederten «Unterboxen» - der Name Boxspring bezeichnet also direkt den Aufbau des Bettes. Durch die doppelte Metallfederung sind Matratze und Box nicht nur sehr gut durchlüftet, es entsteht auch das komfortable, oft als schwebend empfundene Liegegefühl.

Bei «kontinentalen» Boxspringbetten werden nicht nur Box und Kopfbrett, sondern auch die Matratzen mit Stoff oder Leder bezogen, was dem Bett sein typisches Aussehen verleiht. Die direkte Liegefläche bildet der sogenannte Topper. Es handelt sich um eine gepolsterte Matratzenauflage (4 bis 7 cm), die zusätzlichen Komfort generiert. Ihr Bezug lässt sich leicht waschen, und bei Bedarf kann sie einfach ausgetauscht werden, ohne die Matratze erneuern zu müssen. Alternativ kann ein Boxspringbett aber auch mit klassischen Kaltschaum- oder Latexmatratzen kombiniert werden.

Polsterbetten hingegen ähneln Boxspringbetten nur auf den ersten Blick aufgrund des Kopfbretts und ihres Stoff- oder Lederbezugs. Es handelt sich aber im eigentlichen Sinne um einen gepolsterten Bettrahmen, in den Lattenrost und klassische, «weisse» Matratzen eingelegt werden. Von der Qualität dieser Komponenten hängt letztlich das Liegegefühl ab. Oft fällt es durch den fehlenden Topper eher kompakter aus als Boxspringbetten.

Vor- und Nachteile

Beide Systeme – Boxspring sowie Bettrahmen mit Lattenrost und Matratze – haben ihre Vor- und Nachteile.

Boxspringbetten sind aufeinander abgestimmte Systeme, deren einzelne Komponenten zusammenspielen. Achten sollte man aber unbedingt auf die Qualität des Kerns von Matratze und Box, da die Unterschiede bezüglich Komfort und vor allem dauerhafte Rückstellkraft enorm sein können. Ein hochwertiger, zonierter Federkern sorgt für ergonomische Entlastung und Anpassung ohne Durchhängen und Muldenbildung über viele Jahre. [DOSSIER]

Die gut durchlüfteten Betten mit abnehmbaren und auswechselbaren Toppfern sind pflegeleicht und damit hygienischer. Sie können gar mit abwaschbaren Stoffen oder Kunstleder bezogen werden und bieten somit eine echte Erleichterung im Hotelalltag. Durch das abgestimmte System wirkt das Bett wie «aus einem Guss» und vermittelt Gemütlichkeit und Wohnlichkeit.

Qualität zahlt sich aus

Bei traditionellen Polsterbetten mit Lattenrost besteht die Liegefläche aus gefederten Holzleisten. Eine echte Alternative also für die, die nicht auf Metallfedern schlafen möchten. Dadurch, dass die Elemente des Betts einzeln zusammengestellt werden, lassen sich diese ausserdem oft noch individuell variieren und optimal konfigurieren. So kann durch die Kombination der einzelnen Komponenten präzise der gewünschte Liegekomfort definiert werden. Vorteil vom Polsterbett ist der modulare Aufbau auch im Falle von Reparatur und Ersatz. So können einzelne Elemente unkompliziert ausgetauscht werden.

Egal, welches Bettsystem im Einsatz ist, entscheidend ist die Qualität von Materialien und Verarbeitung. Gerade bei hohen Dauerbelastungen sollte ein Bett materialbeständig, atmungsaktiv, schadstofffrei (z. B. durch Oeko-Tex zertifiziert) und leicht zu reinigen sein. Letztlich lässt sich das qualitativ bessere Bett über längere Zeit verwenden, sodass die Kosten pro Nacht durch die höhere Amortisationsdauer sinken. Und dies ganz abgesehen von zufriedeneren Gästen, die sich vielleicht bald ein Boxspringbett für zu Hause anschaffen, weil sie im Hotel gut geschlafen haben.

Fachautor Jens Fischer ist Direktor Marketing und Produktentwicklung von Hilding Anders Switzerland AG, zu der die Marken Bico und Happy Professional gehören.



Jens Fischer
Publiziert am Dienstag, 01. Juni 2021

Fachbeitrag

Ausgezeichnet - der Weg zur nachhaltigen Betriebsführung

Mit dem Label «Swisstainable» können sich touristische Betriebe nachhaltig positionieren, Geld sparen und das Betriebsklima für die Mitarbeitenden verbessern.



Nachhaltiges Reisen entspricht einem wachsenden Gästebedürfnis und bedeutet nicht zwingend Verzicht.

Bild: Switzerland Tourism / Lorenz Andreas Fischer

Mit dem klaren Ziel, die Schweiz als nachhaltiges Reiseziel bekannter zu machen, präsentiert Schweiz Tourismus sein Programm «Swisstainable» – ein Wortspiel aus «Switzerland» und «Sustainable». Endlich – hat sich wohl so mancher Touristiker gedacht – kommt Klarheit und Übersichtlichkeit in den Label-Dschungel. Bewusst verzichtet Schweiz Tourismus auf einen neuen Kriterienkatalog und anerkennt stattdessen bestehende Auszeichnungen und Zertifizierungen. Diese bestätigen das Engagement der Leistungsträger, in den Bereichen Soziales, Umwelt, Finanzen, Management und/oder Regionalität mehr zu tun, als das Gesetz und die aktuelle Wahrnehmung vorschreiben.

Grundsätzlich geht es bei der Nachhaltigkeitsausrichtung um folgende Schritte:

Commitment und klare Standortbestimmung als Basis

Voraussetzung ist ein Management, das zu 100 Prozent von der nachhaltigen Betriebsführung überzeugt ist, als Vorbild auftritt und sowohl die personellen als auch die finanziellen Ressourcen bereitstellt. Die Zuständigkeit muss klar geregelt sein, wobei die Hauptverantwortung in der höchsten Führungsebene bleibt. Damit wird sichergestellt, dass die Nachhaltigkeit hohen Stellenwert genießt und die Kontinuität durch die Integration in das Organisationsumfeld gewährleistet ist.

Die verantwortliche Person stellt ein Projektteam zusammen, welches das aktuelle oder zukünftige Leitbild aus Sicht der Nachhaltigkeit unter die Lupe nimmt. Die Nachhaltigkeitscharta dient als Vorgabe für die zukünftige Ausrichtung in den Bereichen Management und Personalführung, Einkauf und Entsorgung, Angebotsgestaltung (Hotel, Gastronomie, Freizeitaktivitäten), Infrastruktur (Mobilität, Umbau, Wasser und Energie) und Kooperationen. Selbstverständlich immer mit Blick auf das entsprechende Gästesegment.

Eine Standortbestimmung aufgrund klarer Kennwerte und deren Vergleich mit dem Benchmark zeigen den Betrieben, wo sie stehen, und ihr Potenzial. Dieser auf den ersten Blick zeitaufwendige Prozess ermöglicht es, zielgenaue Massnahmen in die Wege zu leiten und deren Auswirkungen später zu vergleichen – oftmals auch mit willkommenen finanziellen Einsparungen beim Ressourcenverbrauch.

Schritt für Schritt wird nun der Verbesserungsprozess in die Wege geleitet. Sinnvoll ist es, dort zu beginnen, wo Aufwand und Nutzen in einem guten Verhältnis stehen und auch – insbesondere gegenüber den Mitarbeitenden – rasch und motivierend umgesetzt und kommuniziert werden können. Auch hier zeigt die Erfahrung, dass weniger mehr ist. Sechs bis zehn Massnahmen pro Jahr garantieren eine Übersichtlichkeit, ermöglichen eine qualitative Umsetzung und lassen dennoch Freiraum für das fordernde Daily Business.

Sensibilisierung und Umsetzung im Hotelalltag

Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn alle Beteiligten am gleichen Strick ziehen. Das bedeutet, dass die Regeln verbindlich sind und durch die Vorgesetzten konsequent angewendet werden. Es bedeutet aber auch, die Hintergründe der Regeln aufzuzeigen, zu erklären und so ein Verständnis für ein nachhaltiges Verhalten zu fördern. Die Sensibilisierung dient nicht nur dem Betrieb; das neue Wissen wird idealerweise von den Mitarbeitenden auch in den privaten Alltag integriert.

Nach und nach wird das Konzept im Hinblick auf Nachhaltigkeit umgestellt. Die Charta bildet dazu die Leitplanken. Daneben ist es klassische Führungsarbeit, die in die Wege geleiteten Massnahmen zu kontrollieren und bei Bedarf Korrekturen anzubringen. Regelmässige interne Audits unterstützen diesen Prozess. Betriebe, welche ihre Nachhaltigkeitsleistung auch ins Marketing einfliessen lassen wollen, tun gut daran, die Performance durch einen externen, neutralen Zertifizierer überprüfen zu lassen.

Nutzen Sie die Chance und den Trend - starten Sie jetzt

Eine Nachhaltigkeits-Auszeichnung dient der glaubwürdigen, überprüfbaren Kommunikation auf dem Markt und gegenüber den Gästen. Sie ist ebenso ein deutliches Bekenntnis gegenüber Mitarbeitenden, die eine verantwortungsvolle Arbeitgeberin suchen und schätzen.

Touristische Leistungsträgerinnen können dabei nur gewinnen: Auseinandersetzung mit den internen Strukturen, klare Standortbestimmung, Bindung der Mitarbeitenden, Einsparungen von Ressourcen. Die neu gestartete Kampagne «Swisstainable» von Schweiz Tourismus stellt mit Marketingunterstützung die Leistungsträger, Labels und die vielen positiven Resultate für mehr Nachhaltigkeit gezielt ins Rampenlicht.

[swisstainable.ch \(https://www.myswitzerland.com/de-ch/planung/ueber-die-schweiz/nachhaltigkeit/\)](https://www.myswitzerland.com/de-ch/planung/ueber-die-schweiz/nachhaltigkeit/)

Anita Gschwind ist diplomierte Restauratrice-Hotelière HF, Erwachsenenbildnerin und ausgebildete Köchin. Mit Wurzeln in der Landwirtschaft, liegt ihr der nachhaltige und sorgfältige Umgang mit den natürlichen Ressourcen am Herzen. Seit August 2016 leitet sie die Geschäftsstelle des Nachhaltigkeitslabels Ibex Fairstay. [ibexfairstay.ch \(https://ibexfairstay.ch/\)](https://ibexfairstay.ch/)



Anita Gschwind
Publiziert am Montag, 10. Mai 2021