

INTERVIEW SUZANN HEINEMANN



Einer der „Nachhaltigkeitssieger“, wie Level 5-Hotels von GreenSign genannt werden, ist das Hotel Schwarzwald Panorama. Hier fand auch das letzte Green Tourism Camp statt

Die GreenSign-Zertifizierung unterteilt sich in fünf Level



Das Haffhus im Seebad Ueckermünde ist ebenfalls eins von neun GreenSign Level 5-Hotels

Über 300 Betriebe haben sich bereits von GreenSign zertifizieren lassen



„GreenSign als Standard ist unsere Zukunftsvision“

Vermehrt legen Reisende, privat wie beruflich, bei der Hotelwahl den Fokus auf jene Häuser, die sich der grünen Linie verschrieben haben. GreenSign unterstützt Hoteliers dabei, ihre Nachhaltigkeitsaspekte transparent wiederzugeben. Peter Erik Hillenbach sprach mit Geschäftsführerin Suzann Heinemann über die Nachhaltigkeitszertifizierung und was diese darüber hinaus bietet.

Frau Heinemann, warum sollte ein Hotelier sein Haus von Ihnen zertifizieren lassen?

Dafür gibt es vielseitige Gründe und jedes unserer bisher über 300 zertifizierten Hotels hat sich bewusst aus individuellen Motiven dafür entschieden. Die drei Hauptgründe mögen sicherlich die erhöhte Sichtbarkeit bei der nachhaltigen Zielgruppe, die Qualitätssteigerung gepaart mit einer besseren Effizienz sowie die Gewinnung neuer Mitarbeiter sein. Viele Hoteliers sind getrieben von ihrer eigenen Überzeugung, aktiv etwas für den Klimaschutz zu tun, andere wurden von ihrem Team dazu inspiriert

und wieder andere erkennen die steigende Dynamik des Themas Nachhaltigkeit aus der Gesellschaft, von Gästen oder sogar Investoren. Jeder, der sich nachhaltig aufstellen oder weiterentwickeln möchte, das Thema ganzheitlich angehen möchte und eine Art Leitfaden und Best Practice dazu benötigt, entscheidet sich richtig für das GreenSign, denn es ist weit mehr als nur ein Nachhaltigkeitszertifikat.

Es gibt mittlerweile acht Bereiche, in denen die Zertifizierung Nachhaltigkeitskriterien bewertet: Management und Kommuni-

kation, Umwelt (Energie, Wasser und Abfall), Biodiversität und kulturelles Erbe, Einkauf, Regionalität und Verkehr, Qualitätsmanagement und nachhaltige Entwicklung sowie soziale und wirtschaftliche Verantwortung. Wie sind diese acht Segmente gewichtet? Bei der Erstellung der über 100 GreenSign Kriterien war es immer unser Ziel, alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, also die ökologische, ökonomische sowie soziale Säule, gleichwertig mit einzubeziehen. Nachhaltigkeit bedeutet eben nicht nur Ressourcenschonung und Reduktion des CO2-Fußabdrucks, sondern muss immer ganzheitlich betrachtet werden. Bei der einzelnen Gewichtung der Kernbereiche kommt es immer auf die Menge der zu erfüllenden Kriterien an. Unser GreenSign Nachhaltigkeitsbarometer stellt der Öffentlichkeit die Nachhaltigkeitsleistungen des Hotels in den einzelnen Bereichen transparent dar.

Wie viele Häuser haben Sie bereits zertifiziert, sowohl in Deutschland als auch in anderen Ländern, und wie viele Häuser kommen im Monat oder im Quartal dazu?

Seit 2015 haben wir bereits über 300 Hotels und Hostels zertifiziert, ob privat geführt, Kette, Landhotels, City-Hotels, Low-Budget oder Luxus. GreenSign eignet sich für Häuser jeder Größe und Struktur. Und es werden immer mehr, wir bemerken derzeit einen enormen Zuspruch. Letztes Jahr hatten wir pro Quartal durchschnittlich etwa 23 Zertifizierungen. Es variiert natürlich auch nach Jahreszeiten, denn zur Hauptsaison haben die Hoteliers jede Menge mit ihrem täglichen Geschäft zu tun.

Sie vergeben die Zertifizierung in fünf Levels. Wie schlüsseln Sie die einzelnen Level auf, das heißt wie viele Häuser haben Level 1 erreicht und wie viele die Höchststufe Level 5?

Wer sich für eine nachhaltige Unternehmensführung und eine entsprechende GreenSign Zertifizierung entscheidet, setzt sich voll und ganz dafür ein und stellt seine Prozesse bereits nachhaltig um. Während des Zertifizierungsprozesses bekommt der Hotelier mit dem Kriterienkatalog ja bereits ein perfektes Managementtool, dessen Maßnahmen teilweise schnell in die Arbeitsabläufe integriert werden können. Daher steigt kein Hotel mit Level 1 ein. Die meisten neu zertifizierten Hotels erreichen daher schon das Level 3 oder das hervorragende Level 4. Hier zeigt der Hotelier bereits ein hohes Maß an ein nachhaltiges Wirtschaften. Auf Level 5 stehen derzeit neun Hotels, wir nennen sie „Nachhaltigkeitssieger“, da sie wirklich vorbildlich sind und eine Art Orientierung und Inspiration für alle Hotels darstellen.

Ein Hotel, das zertifiziert werden möchte, bewertet sich beim Ausfüllen des Kriterienkataloges zunächst selbst. Erst danach wird das Haus vor Ort von einem geschulten Auditor überprüft. Ist das tatsächlich nur eine prüfende Person – die ja immerhin so unterschiedliche Disziplinen wie Heizen mit BHKW, das Herstellen eigener Lebensmittel und die wirtschaftliche Stabilität des Hotels beherrschen muss?

Wir haben sehr gut ausgebildete Auditoren und bringen eine Menge Erfahrung aus all diesen Berei-

chen mit. Es gibt sicher immer mal auch Fragen, wo wir unsere Experten heranziehen. Dafür ist unsere GreenCommunity ideal und unser Netzwerk wird immer größer. Eines hat uns auch die Vergangenheit gezeigt, in Sachen Nachhaltigkeit sind die Menschen sehr offen für einen Austausch und helfen sich gern untereinander.

Jüngster Zugang im Kriterienkatalog ist der Punkt Biodiversität und kulturelles Erbe. Was verstehen Sie im Kontext Hotellerie darunter?

Die biologische Vielfalt und das Wohlergehen lebensnotwendiger Ökosysteme sind tatsächlich ein essenzieller Bestandteil einer nachhaltigen Hotelausrichtung. Ein biodiverser Betrieb trägt seinen Teil zum Schutz und zum Wachstum der umliegenden Flora und Fauna bei. Dazu kann unter anderem ein eigener Kräuter- oder Naschgarten gehören, eigene Bienenhotels oder Nisthilfen, vielleicht sogar die Herstellung von eigenem Honig, der Schutz von Artefakten oder eine Partnerschaft mit einem Naturpark. Der Kernbereich Biodiversität und kulturelles Erbe umfasst bei GreenSign tatsächlich 54 mögliche Maßnahmen.

Offenbar ist die Anzahl der Bereiche nicht für alle Zeiten fix und in Stein gemeißelt. Könnten also weitere Themenkomplexe hinzukommen?

Selbstverständlich! Auch wir entwickeln uns weiter und gehen auf aktuelle Erkenntnisse und Trends ein. Unser derzeitiger GreenSign Kriterienkatalog ist bereits die vierte Weiterentwicklung. Seit 2021 haben wir den CO2-Fußabdruck inkludiert. Da ich selbst ein eigenes Hotel habe, das Schlosshotel Blankenburg im Harz, verliere ich nie den Bezug zur Praxis. Dies, gepaart mit unserem riesigen Netzwerk an Nachhaltigkeitsexperten sowie Hochschulprofessoren und mit meiner Präsenz auf den wichtigsten Branchenevents, bildet die perfekte Mischung, immer genau die Zeichen der Zeit zu erkennen und neue Entwicklungen umzusetzen. Wir wollen uns stets ein Stück von den Mitbewerbern abheben und werden nicht müde, alles dafür zu tun, immer besser zu werden.

Was wurde im vergangenen Herbst in dem von Ihnen veranstalteten Green Tourism Camp erarbeitet?

Wie viel Platz haben Sie hier im Magazin frei? (lacht) Während der zweieinhalb Tage im Hotel Schwarzwald Panorama, das übrigens das GreenSign Level 5 hat, haben wir unzählige nachhaltige Themen für die Hospitality Branche besprochen. Da es sich hierbei um ein Barcamp handelt, wurden alle Session-Inhalte von den Teilnehmern selbst bestimmt und gehostet. Als meist gehypte Themen stellten sich auf dem Camp das Cradle-to-Cradle Prinzip, der Zusammenhang zwischen Gesundheit und Nachhaltigkeit, die Fachkräftegewinnung sowie die pflanzenbasierte Küche heraus. Neben den Sessions haben wir auf diesem Event mit unseren 75 Teilnehmern viel genetworkt, gelacht und einfach das Zusammensein und die tolle Atmosphäre genossen. Der gesamte Recap des Green Tourism Camps ist auf unserer Website dargestellt, falls jemand genaueres erfahren möchte. Das nächste GTC findet im November 2022 statt.



Suzann Heinemann, Geschäftsführerin von GreenSign

Fotos: GreenSign, InfraCert GmbH



Mit der GreenSign-Zertifizierung erhält das Hotel auch einen Überblick über dessen CO2-Emissionen. Warum ist das vor allem für Business- und Tagungshotels wichtig?

Unbestritten ist die Nachhaltigkeit zu einem Wettbewerbsfaktor bei der Wahl von Leistungsträgern geworden und besitzt eine entscheidende Auswirkung auf die Zukunft von Businessreisen, ob bei der Auswahl von Transportmitteln, Hotels oder in der Organisation von Veranstaltungen. Wesentlich mehr Unternehmen in Deutschland als noch vor ein bis zwei Jahren setzen sich, laut der Geschäftsanalyse 2021 des Verband Deutsches Reisemanagement (VDR), aktiv für die Nachhaltigkeit im Geschäftsreisebereich ein. Wer jetzt diese Zielgruppe ansprechen möchte, kommt um eine Nachhaltigkeits-Zertifizierung und einen CO2-Fußabdruck einfach nicht herum.

Arbeitet GreenSign mit weiteren der Nachhaltigkeit verpflichteten Organisationen zusammen?

Wir haben in den letzten Jahren ein umfangreiches grünes Partnernetzwerk mit nachhaltigen Produkten und Services für Hotels aufgebaut. Alle diese Partner durchlaufen ebenfalls eine Art Zertifizierung, um sie auf „Herz und Nieren“ nachhaltig zu durchleuchten. In unserer GreenCommunity bieten wir unseren Hoteliers, Gastronomen sowie den Partnern viele Möglichkeiten, sich zu nachhaltigen Themen auszutauschen und die Vorzüge unseres Netzwerkes zu nutzen.

Ist die von Ihrem Institut InfraCert initiierte GreenCommunity mehr als nur ein grünes Lieferantennetzwerk oder eine grüne Einkaufsplattform?

Level 4 erreichen: der Europäische Hof in Heidelberg (großes Bild), das Flair Hotel Strengliner Mühle in Pronstorf (Bild oben), das Hotel Elbresidenz in Bad Schandau (Bild unten Mitte), das Schlosshotel in Blankenburg (Bild unten links) und das Lindner Parkhotel und SPA in Oberstaufen (Bild unten rechts)

Unsere GreenCommunity Partner sehen wir als gleichwertiges wertvolles Mitglied unserer grünen Gemeinschaft an, welche auch aus Hoteliers, Kunden, Tourismusorganisationen, Reiseveranstaltern und unseren anderen Firmenbereichen besteht. So ermöglichen wir mit unserer Community eine weit- aus größere Wahrnehmung bei den Stakeholdern und den Medien.

Alle GreenSign Hotels sind automatisch auf der Buchungsplattform für nachhaltig zertifizierte Hotels greenline-hotels.com eingebunden sowie als nachhaltiges Tagungshotel auf greenconferencehotels.com gelistet, was einen direkten Zugang zur Zielgruppe ermöglicht. Wir informieren unsere Gemeinschaft stetig über die wichtigsten neuen Entwicklungen der Nachhaltigkeit, über aktuelle Trends und Gästebedürfnisse. Bei unseren Events, wie das Green Tourism Camp, bei Webinaren und Seminaren treten wir mit hilfreichen Themen zu Umwelt und Hotellerie direkt in persönlichen Kontakt, tauschen Best Practices aus und lernen voneinander.

GreenSign ist nicht das einzige Nachhaltigkeitslabel für die Hotellerie. Wie grenzen Sie sich von weiteren entsprechenden Labels ab, etwa Green Key, Green Globe oder TourCert?

Unser fünfstufiges Auszeichnungssystem ist einzigartig und ermöglicht, auch sichtbar für alle Beteiligten, sich nachhaltig weiterzuentwickeln. Nachhaltigkeit ist ein Prozess, der nie endet, und so sehen wir unsere Betreuung der Hotels. Mit unserer GreenCommunity, wo regelmäßig ein Austausch stattfindet, wird der Hotelier immer in seinem Prozess begleitet. Wir befinden uns derzeit in der Anerkennung beim GSTC (Global Sustainable Tourism Council), um uns

INTERVIEW SUZANN HEINEMANN

danach auch noch stärker international zu etablieren. Authentizität, Innovation, Gemeinschaftssinn und Qualität machen uns aus. Wir wollen Hoteliers nachhaltig inspirieren und ihnen zeigen, dass Nachhaltigkeit essenziell wichtig ist und auch Spaß machen kann.

Mit dem Partner Greentable zertifizieren Sie auch Restaurants nach Nachhaltigkeitskriterien. Gibt es weitere Segmente des Gastgewerbes oder auch andere Branchen, die Sie zertifizieren?

Tatsächlich wurden im Laufe der Zeit auch andere Branchen auf GreenSign aufmerksam und auch wenn unser Fokus zu Beginn allein bei der Hotellerie und Gastronomie lag, so sind wir mittlerweile offen für weitere Produkte und haben auch schon drei neue Projekte realisiert. Ein nachhaltiges Engagement ist schließlich für Investoren, Partner und Kunden aller Wirtschaftszweige zunehmend relevant. Ende letzten Jahres haben wir das GreenSign Office entwickelt, dessen Kriterien sich nach den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (SDGs) richten und ebenfalls acht Kernbereiche des nachhaltigen Wirtschaftens eines Büros jeglicher Größe beinhalten. In diesem Jahr präsentieren wir das GreenSign SPA für Wellnessbereiche, Thermen und SPAs, wobei die Bereiche Umwelt, Architektur und nachhaltiges Baukonzept, Entspannung und Bewegung, Schönheit, Ernährung sowie soziales Engagement beleuchtet werden. Mit unserem neuen GreenSign Health powered by Sentinel Haus Institut bieten wir Hotelbetrieben ab diesem Jahr eine Zusatzzertifizierung für ein gesünderes Hotel. Dabei geht es um die Themen schadstoffarme Räume, Hygienestandards, chemiefreie Reinigung oder die richtige Lichtqualität.

Gehört das freundliche „Du“, das Sie in Ihrer Mail-Signatur anbieten, zur Unternehmensphilosophie und zu einer nachhaltigen Hotellerie?

Ja, an das Du musste ich mich auch erst gewöhnen. Wir haben das bei uns vor über einem Jahr umge-



Das Team von GreenSign beteiligt sich aktiv an Aktionen zum Klimaschutz, wie zum Beispiel Anfang November 2021 an der Baumpflanzaktion der Klimapatenschaft GmbH

stellt, als meine Mitarbeiter das Thema forciert hatten. Ich bin stolz auf mein Team, das eine gute Mischung aus langjährigen Gefährten, die mit mir GreenSign entwickelt und aufgebaut haben, und jungen Helden, die frischen Wind und neue Ideen hineinbringen, besteht. Für die junge Generation ist das Duzen fast schon selbstverständlich und wir haben uns einfach darauf eingelassen und einen enormen Zuspruch erhalten. Es macht tatsächlich vieles in unserer Kommunikation einfacher und da wir uns als eine grüne Gemeinschaft betrachten, ist es mittlerweile für uns einfach zeitgemäß. Auch mit einem respektvollen Du können Geschäftsbeziehungen jeglicher Art aufgebaut und vertieft werden.

In diesem Sinne: Danke für das Gespräch, Suzann!

www.greensign.de

1/3
Hellma