

INTERVIEW: SUZANN HEINEMANN

Ökostrom ist der erste Schritt

Von Isabel Diez (mailto:i.diez@ahgz.de) | Mittwoch, 11. November 2020



(/news/media/25/Suzann-Heinemann-246885.jpeg)

Wie wirkt sich die Coronakrise auf das Thema Nachhaltigkeit aus? Heinemann: Bereits im vergangenen Jahr haben wir einen Schub gespürt – sicherlich auch bedingt durch die Fridays-for-Future-Bewegung. Seit der Coronakrise nimmt das Interesse am Thema Nachhaltigkeit und damit auch an unserer Zertifizierung so richtig Fahrt auf. Nach dem Lockdown im Frühjahr haben wir zunächst vier Wochen abgewartet. Anschließend sind wir mit Webinaren zu wichtigen nachhaltigen Themen für die Hotellerie gestartet. Hier war das Interesse aus der Branche sehr groß. Seit Mai geht's bei uns richtig rund. Am Thema Nachhaltigkeit kommt derzeit kaum einer vorbei – auch weil nachhaltiges Reisen immer wichtiger wird.

Was heißt das in Zahlen? Heinemann: Wir haben mittlerweile mehr als 260 Hotels in 16 Ländern zertifiziert. Seit Beginn der Krise sind 40 neue Einzelhotels hinzugekommen. Dazu kommen noch die Kettenhotels – wie die der Budget-Gruppe a&o.

An welchen Stellschrauben können Gastgeber drehen, um nachhaltiger zu wirtschaften? Heinemann: Besonders im operativen Geschäft lässt sich schnell etwas bewirken – etwa auf papierloses Arbeiten setzen, Prozesse verändern, um Müll zu vermeiden, regional, Bio und Fairtrade einkaufen und konventionelle Verbrauchsmaterialien durch nachhaltige Produkte, beispielsweise Ökoputzmittel, ersetzen. Es lohnt sich alle Prozesse anzuschauen, losgelöst von der Immobilie. Da lässt sich viel erreichen, ohne gleich hohe Summen zu investieren. Und die Mitarbeiter können dabei gut einbezogen werden.

Wie gehen die Mitarbeiter mit solchen Neustrukturierungen um? Heinemann: Oft kommen die Impulse für nachhaltigeres Wirtschaften von den Mitarbeitern selbst. Am einfachsten ist es, wenn sie von vorneherein mit im Boot sind und bestenfalls eigene Ideen einbringen können. Das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit ist bei vielen Mitarbeitern schon da.

Beim Thema Energiesparen geht es oft um hohe Kosten und langfristige Entscheidungen. Was lohnt sich hier aus Ihrer Sicht am meisten? Heinemann: Das Einfachste ist, sich erst einmal für Ökostrom zu entscheiden. Das verbessert die Ökobilanz. Zudem ist es sinnvoll sich einen Energieberater ins Haus zu holen und Energiemessungen zu machen. So lassen sich schnell die größten Energiefresser entlarven – etwa alte Elektrogeräte wie Eistruhen, die fast in jedem Betrieb zu finden sind. Das sind wahre Energiesünder. Wichtig bei Geräte-Neuanschaffungen: Wasser- und Stromverbrauch prüfen.

Die Investitionen in neue, nachhaltig arbeitende Heizanlagen sind in der Regel sehr hoch. Wann amortisiert sich das? Heinemann: Das ist ganz unterschiedlich. Es gibt etwa Blockheizkraftwerke, die eingebaut werden können. Je nach Größe und Energiebedarf sollten die sich nach zwei bis vier Jahren bereits rechnen. Hier helfen wieder die Energieberater, die sich auch mit den unterschiedlichen Fördermöglichkeiten sehr gut auskennen.

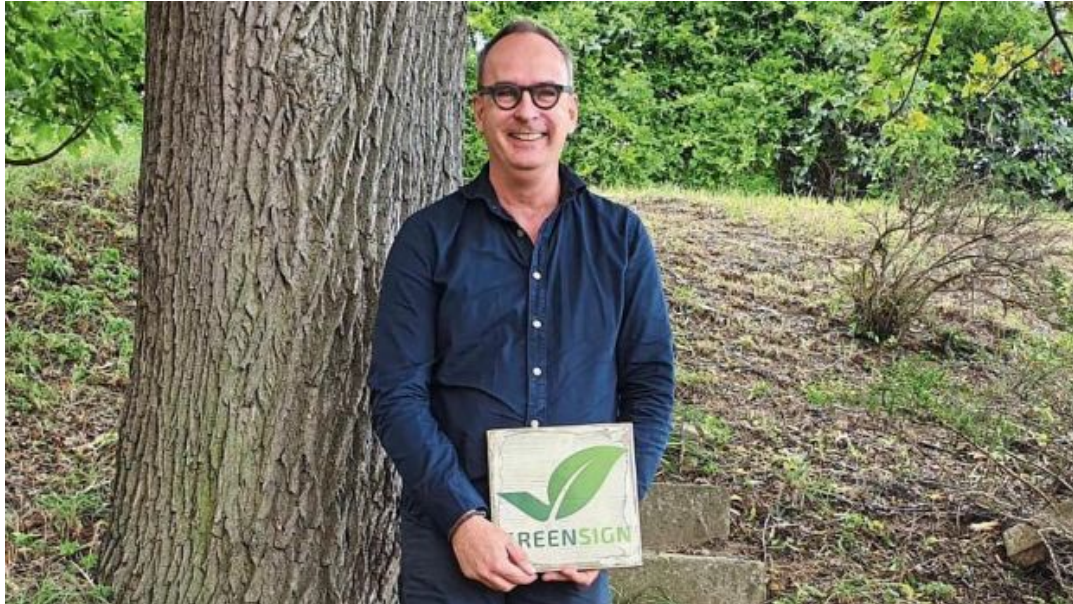
Wie lassen sich die Gäste in das Thema Nachhaltigkeit einbinden? Heinemann: Ein guter Ansatz bietet sich bei der täglichen Zimmerreinigung an. Es gibt etwa Hotels, die beim Verzicht auf die tägliche Reinigung für jeden eingesparten Reinigungstag einen bestimmten Betrag an wohltätige Zwecke spenden, und das auch so an die Gäste kommunizieren. Das kommt gut an.

Können Gastgeber nachhaltiges Wirtschaften als positiven Aspekt bei der Vermarktung einsetzen? Heinemann: Überall da, wo im Betrieb nachhaltig gearbeitet wird, da sollte es auch kommuniziert werden, das ist das A und O – etwa in der Speisekarte auf Bio-Produkte und regionale Lieferanten hinweisen, auf der Webseite Zertifizierungen listen oder auf E-Ladesäulen in der Garage aufmerksam machen. Jeder hat einen anderen Schwerpunkt, aber der muss auch vermittelt werden.

Durch die Coronakrise werden verstärkt Einwegartikel in den Betrieben eingesetzt. Welche Alternativen gibt es? Heinemann: Bei Masken und Handschuhen auf waschbare Modelle setzen, statt Plastik-Verpackungen Glasbehälter einsetzen – etwa Weckgläschen am Frühstückstisch. Das sieht nicht nur viel hübscher aus und ist genauso hygienisch, sondern vermeidet

Plastikberge.

MEHR DAZU



NACHHALTIGKEIT UND ZERTIFIKATE

"Wer Siegel zu freimütig vergibt, schadet der Branche "

Armin Wolff und Bettina von Massenbach, jeweils Berater zum Thema Nachhaltigkeit, sprechen mit der ahgz über den Nutzen, die Aussagekraft und die Kosten von Zertifizierungen.

[\(/hotellerie/news/nachhaltigkeit-wer-siegel-zu-freimuendig-vergibt-schadet-der-branche--300257\)](#)

Was muss ein Hotelier tun, um Ihre GreenSign-Zertifizierung zu erhalten? Heinemann: Zunächst muss ein Katalog mit 100 Fragen beantwortet werden. Dieser entspricht den internationalen GSTC-Standards. Einige Dinge daraus sind verpflichtend. Je nach erreichten Punkten erfolgt die Einstufung durch uns in Level 1 bis Level 5. Anschließend werden die Angaben durch ein Audit vor Ort von uns geprüft. Die Zertifizierung ist nach Erhalt für drei Jahre gültig, die Kosten inklusive Audit liegen bei 4000 bis 5000 Euro.

Was nützt die Zertifizierung? Heinemann: Sie wirkt sich gerade beim Thema Mitarbeitersuche sehr positiv aus. Insbesondere den Jüngeren ist das Thema Nachhaltigkeit sehr wichtig – auch bei der Wahl des Arbeitsplatzes. Darüber hinaus lassen sich Kosten sparen, weil für die Zertifizierung sämtliche Prozesse unter die Lupe genommen werden. Und gegenüber dem Wettbewerb können sich Gastgeber besser positionieren, denn auch für die Gäste wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger. Durch die Präsenz der zertifizierten Hotels auf [greenline-hotels.com](#) und [greenconferencehotels.com](#) sorgen wir für gute Sichtbarkeit im Netz, inklusive entsprechendem Marketing und Vertrieb. Einmalig an unserer Zertifizierung ist auch die Gemeinschaft: Wir haben in unserer GreenCommunity ein großes Netzwerk und nachhaltige Partnerschaften. Zahlreiche Networking-Veranstaltungen und gemeinsame Klimaschutz-Aktionen bringen neue Ideen und tragen zusätzlich zur Image-Verbesserung bei.

Welches sind aus Ihrer Sicht die aktuellen Brennpunkthemen rund um Nachhaltigkeit? Heinemann: Das Wichtigste ist, dass allen klar wird, dass jeder Einzelne seinen Beitrag zu leisten hat. Es nutzt niemandem mit dem Finger auf andere zu zeigen – etwa den Vielflieger oder den Autofahrer. Jeder muss sich fragen: Was kann ich tun, damit mein eigener ökologischer Fußabdruck besser oder möglichst klimaneutral wird? Dabei bedeutet ein nachhaltiger Lebensstil nicht automatisch Verzicht. Hier muss ein Umdenken stattfinden. Schon im privaten Bereich können kleine Umstellungen viel nutzen. Etwa beim Einkaufen statt auf Plastiktüten auf waschbare Stoffbeutel setzen. Das Wichtigste dabei: Einfach mal anfangen!

Tipp: Mehr zum Thema beim digitalen Kongress „Nachhaltigkeit wagen, Chancen erkennen“ am 1. Dezember 2020.
[www.dfvcg-events.de/nachhaltigkeit](https://dfvcg-events.de/nachhaltigkeit) (<https://dfvcg-events.de/nachhaltigkeit>)

Anzeige

[https://adfarm1.adition.com/redi?sid=4553918&kid=3974826&bid=11966825&gdpr=\\${GDPR}&gdpr_consent=\\${GDPR_CONSENT_39}\)](https://adfarm1.adition.com/redi?sid=4553918&kid=3974826&bid=11966825&gdpr=${GDPR}&gdpr_consent=${GDPR_CONSENT_39}))