

## Inhalt

1. Trends im Umweltbewusstsein der Gäste.....	1
1.1 Umweltschutz kommunizieren .....	1
1.2 Ihr Kommunikationskonzept.....	2
1.3 Worauf sollten Sie achten?.....	2
2. Engagement sichtbar machen .....	2
2.1 Die Gäste informieren .....	2
2.2 Die Mitarbeiter informieren .....	3
2.3 DEHOGA Umweltcheck .....	3
3. Binden sie ihre Gäste ein.....	4
3.1 Sparen mit Hilfe Ihrer Gäste .....	4
3.2 Gemeinsam neue Ideen entwickeln .....	4
4. Zusatzinformationen .....	5



## 1. Trends im Umweltbewusstsein der Gäste

Ökologie und Ökonomie galten früher als schwer zu vereinen. „Ökologisch“ im Gastgewerbe wurde lange belächelt. Diese Zeiten sind vorbei: „Ökologisch“ steht mittlerweile für innovative Konzepte, die Umweltschutz an vielen Stellen mit modernster Technik verbinden und von den Gästen gerne angenommen werden.

Immer mehr Gäste interessieren sich vermehrt für Angebote, die ökologische Aspekte berücksichtigen. Dies kann sich auf die technische Ausstattung eines Betriebes, die Verwendung regionaler Produkte oder die Nutzung umweltfreundlicher Transportmöglichkeiten beziehen.

Für einen modernen Betrieb lassen sich die folgenden Grundsätze formulieren:

- Steigern Sie die langfristige Kundenbindung, indem Sie auf das gesteigerte Umweltbewusstsein Ihrer Gäste eingehen.
- Versuchen Sie, die Qualität Ihres Angebotes fortlaufend zu steigern – bessere Leistung führt schnell zu einer höheren Kundenbindung und besserem Geschäftserfolg.
- Denken Sie immer daran: Neue Gäste gewinnen ist sehr viel aufwändiger als zufriedene Stammgäste zu halten.

### 1.1 Umweltschutz kommunizieren

Wichtig ist es, Ihre Gäste über das Umweltengagement Ihres Betriebes zu informieren. Für den Gast ist es ein gutes Gefühl, in einem umweltfreundlichen Betrieb zu verweilen. Indem er dieses Hotel oder dieses Restaurant besucht, trägt er selber zum Umweltschutz bei. Das wirkt sich auf die Zufriedenheit des Gastes und damit auch auf die Kundenbindung aus.

Wenn Sie Ihre Aktivitäten gezielt kommunizieren, können Sie einen doppelten Effekt erzielen: Zum einen können Sie sich durch gezieltes Marketing Wettbewerbsvorteile verschaffen. Zum anderen können Sie Mitarbeiter und Gäste zu umweltbewusstem und energiesparendem Verhalten anregen.

## Umweltkommunikation & Gästemitwirkung

Dies wiederum führt auch zu Kosteneinsparungen im Betrieb.

Zwei Bereiche sind bei der Kommunikation gegenüber dem Gast besonders wichtig:

- die Information über Möglichkeiten, wie der Gast mit seinem eigenen Verhalten zu mehr Umweltschutz beitragen kann. Beispielsweise kann dem Gast auf der Speisekarte die Möglichkeit gegeben werden, regionale Gerichte zu bestellen um so unnötigen Energieverbrauch durch weite Transportwege zu vermeiden.
- die Information über bereits umgesetzte Umweltmaßnahmen im Betrieb. Dadurch wird das Profil des Betriebes geschärft und Sie setzen sich positiv von der Konkurrenz ab.

### 1.2 Ihr Kommunikationskonzept

Bevor Sie mit gezielten Informationsmaßnahmen beginnen, sollten Sie sich Gedanken darüber machen: Was wollen Sie mit Ihrer Umweltkommunikation erreichen? Wen möchten Sie ansprechen? Welche Mittel wollen Sie nutzen?

Die folgende Grafik bietet Ihnen eine Hilfestellung, was zu beachten ist. Wichtig ist es, den Erfolg Ihrer Maßnahmen zu kontrollieren. Haben entsprechende Informationen in den Badezimmern beispielsweise die Gäste dazu angeregt, Wasser zu sparen?

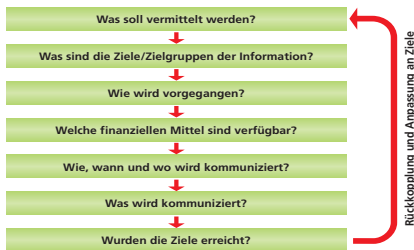


Abbildung: Die sieben Arbeitsschritte zum Kommunikationskonzept

### 1.3 Worauf sollten Sie achten?

Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Gäste mit neuen, überraschenden Informationen. Vermitteln Sie Ihren Gästen die Informationen in attraktiver und verständlicher Form. Aufforderungen an die Gäste, Ihre Umweltziele und –maßnahmen zu unterstützen, sollten sichtbar und gut leserlich angebracht sein.

Sorgen Sie dafür, dass umweltfreundliches Verhalten als Teil des Urlaubsvergnügens, als Bereicherung begriffen wird. Versuchen Sie, bei der Kommunikation von Umwelt und Natur positive Erfahrungen wie Spaß und Erleben in den Vordergrund zu stellen. Ihre Gäste sollten ohne Einschränkungen des Urlaubsgenusses umweltverantwortlich handeln können.

Achten Sie auch darauf, dass Ihre Informationen nicht belehrend wirken, um Ihre Gäste nicht zu verstimmen.

Nicht nur im Hotelzimmer bieten sich Möglichkeiten, Energie zu sparen. Das Best Western Premier Hotel Victoria in Freiburg macht es vor: Jeder Gast erhält gratis eine Regio-Karte für den ÖPNV in Freiburg und Umgebung. Darüber hinaus stehen den Hotelgästen betriebseigene Leihfahräder und ein Solarmobil zur Verfügung. Den Hotelgästen werden die Gratisfahrkarten schon bei der Reservierungsbestätigung mitgeteilt. Das hat dazu beigetragen, dass sich viele Gäste für eine Anreise mit der Bahn entscheiden.

Kostenloser öffentlicher Nahverkehr

## 2. Engagement sichtbar machen

### 2.1 Die Gäste informieren

Die meisten Gäste freuen sich, wenn sie in einem Betrieb zu Gast sind, der umweltfreundlich geführt wird. Lassen Sie Ihre Gäste wissen, was Ihr Betrieb für die Umwelt tut.

Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, Ihr Engagement darzustellen:

- In der Lobby Informationen aushängen, wie die Gäste zur nächsten Bushaltestelle kommen und wann die Abfahr- und Ankunftszeiten des Nahverkehrs sind.



## Umweltkommunikation & Gästemitwirkung

- Bieten Sie Betriebsbesichtigungen an, in denen Sie Informationen zu Ihren Energiesparmaßnahmen vermitteln können.
- Bieten Sie verstärkt Produkte aus der Region an und machen Sie in der Speisekarte Ihre Gäste darauf aufmerksam.
- Legen Sie auf den Zimmern oder im Restaurant eine Informationsmappe mit sympathischen, kurzen Portraits Ihrer regionalen Lieferanten aus.
- Verfassen Sie kurze und prägnante Umweltsätze, die Sie gut sichtbar anbringen.
- Informieren Sie sich bei der Energiekampagne Gastgewerbe zu den Themen „Regionale Beschaffung“ und „Nachhaltige Mobilität“.

### 2.2 Die Mitarbeiter informieren

Motivieren Sie ihre Mitarbeiter immer wieder zu umweltbewusstem Verhalten, zum Beispiel in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen und Schulungen. Stellen Sie sich vor, wie unangenehm es ist, wenn sich ein Gast bei Ihrem Personal nach bestimmten Maßnahmen erkundigt und keine Auskunft erhält. Schnell erhält man so den Eindruck, dass der Umweltaspekt nicht wirklich im Betrieb verankert ist. Dies kann Kunden mit ausgeprägtem Umweltbewusstsein verärgern.

Schulungen sind auch ein gutes Mittel, Ihre Mitarbeiter zum Energiesparen zu motivieren.

Oft fallen die Mitarbeiter nach wenigen Wochen in ihre alten Verhaltensmuster zurück. Besprechen Sie deshalb regelmäßig den aktuellen Energieverbrauch und Ursachen für Veränderungen. Wenn die Mitarbeiter merken, dass das Thema immer wieder auf die Tagesordnung kommt und sich ihr Verhalten sichtbar auf den Energieverbrauch auswirkt, wird das Gelernte nachhaltig eintrainiert und nicht vergessen.

Wie Sie an aktuelle Verbrauchsdaten kommen, erfahren Sie in den Energiesparblättern „Energiemanagement“ und „Lastmanagement“

### Information als Motivation

Zahlenkolonnen in roter Leuchtdiodenschrift sind ständig in Bewegung: 2645 ist da zu lesen und 3780. „Hier wird immer aktuell angezeigt, wie viel Tonnen CO<sub>2</sub> und wie viel Strom wir seit Installation unserer Photovoltaik-Anlage vor sieben Monaten gespart haben“, erläutert Klaus-Günther Wiesler.

Das eher unscheinbare Display hängt im Treppenhaus des Seehotels Wiesler in Titisee und ist umringt von Urkunden: Zertifikate für geprüftes Umweltmanagement (EMAS), für hervorragende Service-Qualität, und der Umweltpreis 2006 des Landes Baden-Württemberg.



### 2.3 DEHOGA Umweltcheck

Unternehmen, deren Umweltmanagement nach EMAS oder ISO14001 zertifiziert ist, müssen auf die Umweltverträglichkeit Ihrer Lieferanten achten. Das gilt auch für die Buchung von Zimmern in Hotels oder die Reservierung von Tischen in Gaststätten. Neben Geschäftskunden legen auch immer mehr Privatkunden Wert darauf, dass das Hotel oder die Gaststätte, die sie besuchen, umweltverträglich wirtschaftet.

Mit dem „DEHOGA Umweltcheck“ gibt es jetzt ein praktikables und finanzierbares Instrument, mit dem Sie die Umweltverträglichkeit Ihres Hotels oder Ihrer Gaststätte nachweisen können. Der Kriterienkatalog des „DEHOGA Umweltcheck“ erfasst vier Bereiche:

- Energieverbrauch pro Übernachtung bzw. pro Gedeck
- Wasserverbrauch pro Übernachtung bzw. pro Gedeck
- Abfallaufkommen pro Übernachtung bzw. pro Gedeck
- Lebensmittelbeschaffung (z.B. regional, fair gehandelt, Bio)

Für jede der vier Kategorien sind differenzierte Grenzwerte und Anforderungen für die Auszeichnungsstufen Bronze, Silber und Gold festgelegt. Dabei werden die individuellen Besonderheiten der Betriebe berücksichtigt.

Wenn Sie den DEHOGA Umweltcheck erfolgreich bestanden haben, erhalten Sie eine attraktive Urkunde, eine individuelle Auswertung sowie Hilfestellung bei der Vermarktung der Umweltcheck-Auszeichnung (für lokale Öffentlichkeitsarbeit, Darstellung auf der eigenen Homepage etc.).

Alle erfolgreichen Betriebe werden auf der Internetseite [www.dehoga-umweltcheck.de](http://www.dehoga-umweltcheck.de) aufgeführt. Dort erhalten Sie auch weitere Informationen z. B. zur Teilnahmegebühr am „DEHOGA Umweltcheck“.

## 3. Beziehen Sie Ihre Gäste ein

### 3.1 Sparen mit Hilfe Ihrer Gäste

Es gibt vielfältige Einsparmöglichkeiten, die nur mit Hilfe des Gastes realisiert werden können. Dabei geht es nicht darum, den Gast zu zwingen, Energie zu sparen. Er soll vielmehr auf versteckte Energiefresser und unnötige Verschwendung hingewiesen werden.

Ein interessantes Phänomen ist das Problembewusstsein der Gäste im Urlaub. Während viele Menschen in den eigenen vier Wänden durchaus auf den Verbrauch von Wasser und Energie achten, wird dies außerhalb der eigenen vier Wände gerne vernachlässigt.

Aushänge in den Zimmern können das Bewusstsein vieler Gäste für den sparsamen Verbrauch von Wasser und Strom aufrecht erhalten. Im Zimmer gilt es, Gäste auf die versteckten Verbräuche hinzuweisen.

Die wohl am weitesten verbreitete Möglichkeit Gäste einzubinden besteht über den Hinweis zum **Handtuchwechsel**. Fordern Sie Ihre Gäste auf, die Handtücher auf den Boden zu legen, wenn diese ausgewechselt werden sollen. Ein tägliches Wechseln wird in den meisten Fällen von den Gästen nicht verlangt. Bringen Sie dazu ein gut sichtbares Schild im Zimmer an oder stellen Sie Info-Kärtchen im Zimmer aus. So kann ein 100-Zimmer-Hotel ca. 270.000 Liter Wasser pro Jahr sparen, wenn auf den täglichen Bettwäsche- und Handtuchwechsel verzichtet wird.

Auch im Bereich **Klimaanlage und Heizung** können Sie Ihre Gäste aktiv informieren und richtiges Verhalten erreichen. Weisen Sie Ihre Gäste darauf hin, dass sie bei Benutzung der Anlagen eventuell geöffnete Türen oder Fenster schließen sollten, um so einen effizienten Betrieb und bestmögliche Wirkung zu erzielen. Noch besser ist es natürlich, wenn sich Klimaanlage und Heizung in solchen Fällen selbstständig abschalten. Beachten Sie hierzu die entsprechenden Energiesparblätter.

In Gästezimmern können Sie Ihre Gäste zudem einbeziehen, indem Sie darauf hinweisen, nicht benötigte Lichtquellen und Geräte konsequent auszuschalten. Durch das Abschalten nicht benötigter Stand-by Geräte können schnell bis zu 200 Euro im Jahr eingespart werden. Auch hier gibt es die Möglichkeit der Automatisierung - mit einem Kartensystem.

### 3.2 Gemeinsam neue Ideen entwickeln

Beziehen Sie interessierte Gäste in Entscheidungen und Diskussionen zu Umweltschutzmaßnahmen ein. Auf diese Weise erhalten Sie eine gute Rückmeldung über erfolgte Maßnahmen und neue Ideen. Zudem geben Sie Ihren Gästen das Gefühl, einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

Zum Austausch mit den Gästen können Sie folgende Möglichkeiten anbieten:

- Richten Sie einen monatlichen „Umweltstammtisch“ ein.
- Erfragen Sie die Haltung Ihrer Gäste zu neuen Umweltmaßnahmen in persönlichen Gesprächen.
- Stellen Sie eine „Umwelt-Box“ auf, in der Gäste Ideen zu Umweltmaßnahmen äußern können.
- Sie können auch einen Gästewettbewerb mit der Umwelt-Box verbinden und ein Mal im Jahr die beste Idee auszeichnen.

## 4. Zusatzinformationen

### Literatur

Literaturhinweise zu diesem Energie-Sparblatt finden Sie auf der Internetseite der Kampagne.

### Fallbeispiel

Seehotel Wiesler in Titisee

Ansprechpartner: Klaus Günther Wiesler

Tel: 07651-98090

info@seehotel-wiesler.de

www.seehotel-wiesler.de

Best Western Premier Hotel Victoria in Freiburg

Ansprechpartner: Herr Späth

Tel: 0761-20734-413

spaeth@victoria.bestwestern.de

www.hotel-victoria.de

### Fotonachweis

Parkhotel Waldeck Spa Resort Bad Dür rheim (Seite 1), www.oekostation.de (Seite 2), DEHOGA (Seite 3)

### Autoren

Rainer Mutschler, Cathleen Goldowsky,  
Birger Prütern, Georg Ratjen



### Kontakt

Sie haben noch Fragen? Wir helfen weiter:

Energiekampagne Gastgewerbe

c/o DEHOGA Bundesverband

10873 Berlin

Fon & Fax: 0700-72625242 (12 ct/Minute)

Email: energiekampagne@dehoga.de

www.energiekampagne-gastgewerbe.de

Dieses Energie-Sparblatt wurde mit freundlicher Unterstützung von  
Hospitable Climates (UK) und Hotel Power (CH) realisiert.

Dieses Projekt wurde gefördert von:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz,  
Bau und Reaktorsicherheit

Umwelt  
Bundesamt

Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

5. Auflage: Februar 2014

© 2014 DEHOGA Bundesverband. Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch auszugsweise nur mit Genehmigung des DEHOGA.