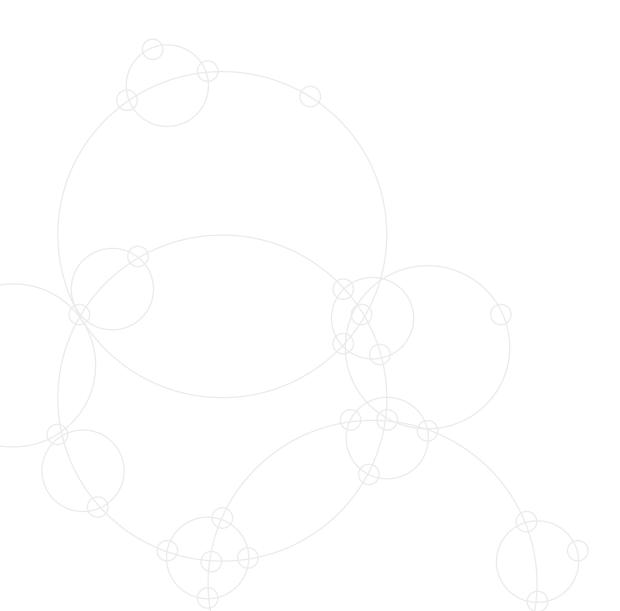




INHALT

1	Ziele, Inhalte und Kernaussagen: Unser Whitepaper auf einen Blick		3
2	Der European Green Deal: neue Rahmenbedingungen für die Wirtschaft		4
3	Statu	Status quo: Zahlen, Fakten und Trends zur Tagungshotellerie	
4	Was bedeutet der European Green Deal für die Stakeholder der Tagungshotellerie		
	4.1	Die Chance – EGD schafft Nachhaltigkeitskreislauf	7
	4.2	Die Herausforderung: hoch komplexe Aufgabe unter erschwerten Bedingungen	10
5	Praxisnavigator		12
	5.1	Am Anfang steht die Strategie	12
	5.2	Let's get practical: Handlungsfelder und Lösungsansätze	12
	5.3	Best Practice: Was machen die anderen	16
	5.4	Fazit: Die nachhaltige Transformation ist machbar	18
6	Linksammlung zum European Green Deal und zu Nachhaltigkeit		19







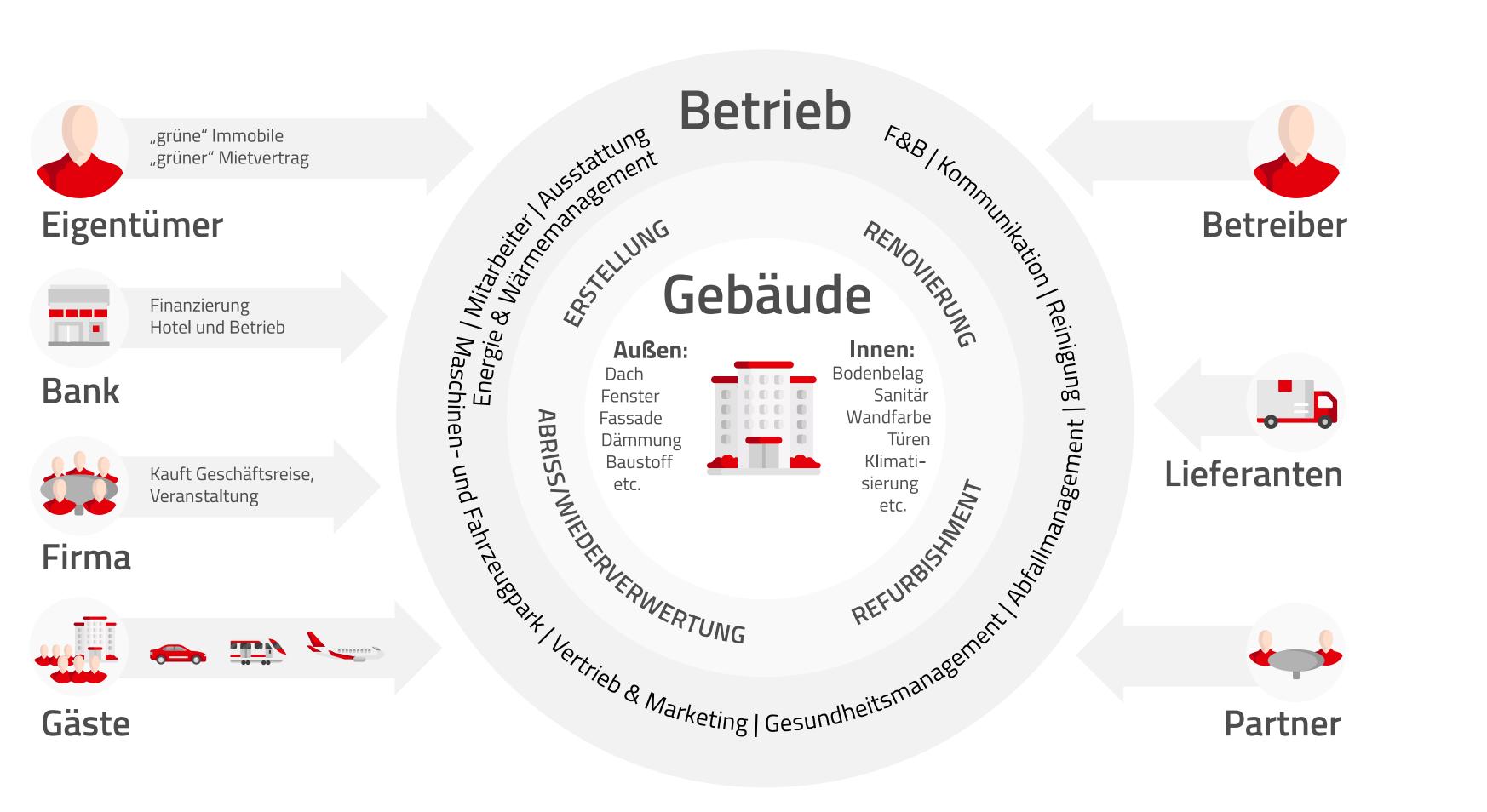
1. ZIELE, INHALTE UND KERNAUSSAGEN: UNSER WHITEPAPER AUF EINEN BLICK

Im European Green Deal bündelt die EU alle Maßnahmen zur nachhaltigen Umgestaltung der Wirtschaft. Das erklärte Ziel ist ein klimaneutrales Europa bis 2050 – und aufgrund der Komplexität der Aufgaben betrifft dieses Ziel alle Branchen jetzt und nicht erst in ferner Zukunft. Das vorliegende Whitepaper stellt die Implikationen des European Green Deal (EGD) für die Tagungshotellerie dar und soll Immobilienentwicklern, Eigentümern und Betreibern die unternehmerischen Chancen des EU-Vorhabens aufzeigen.

Der Fokus liegt dabei auf Lösungsansätzen, Hilfestellungen und positiven Denkanstößen – denn für die Tagungshotellerie ist das Momentum des EGD in erster Linie eine große Chance, sich zukunftsfähig aufzustellen: Nachhaltigkeit bedeutet im 21. Jahrhundert nichts Anderes als unternehmerisch zu denken, denn nur nachhaltiges Wirtschaften wird langfristig Wettbewerbsfähigkeit garantieren. Die Transformation zum "grünen Hotel" beginnt dabei im eigenen Kopf – und wer diesen ersten Schritt geht, legt die wichtigste Grundlage für eine erfolgreiche Umgestaltung des eigenen Unternehmens im Sinne des European Green Deal.

Stakeholder

Hotel



3



2. DER EUROPEAN GREEN DEAL: NEUE RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE WIRTSCHAFT

Was ist der European Green Deal?

"Ein großer Berg an Aufgaben" – so lautet eine der Optionen, sich dem European Green Deal zu nähern. Viel sinnvoller ist es allerdings, seine unternehmerischen Chancen zu sehen. Das 2019 von der Europäischen Kommission vorgestellte Konzept ist die Blaupause für den Übergang zu einer modernen, ressourceneffizienten und vor allem zukunftsfähigen Wirtschaft. Der Aktionsplan der EU sieht vor, dass das Wirtschaftswachstum von der Nutzung fossiler Ressourcen entkoppelt und bis 2050 der Übergang zu einer klimaneutralen Wirtschaft vollzogen wird. Das heißt: Die EU soll der erste klimaneutrale Kontinent werden.

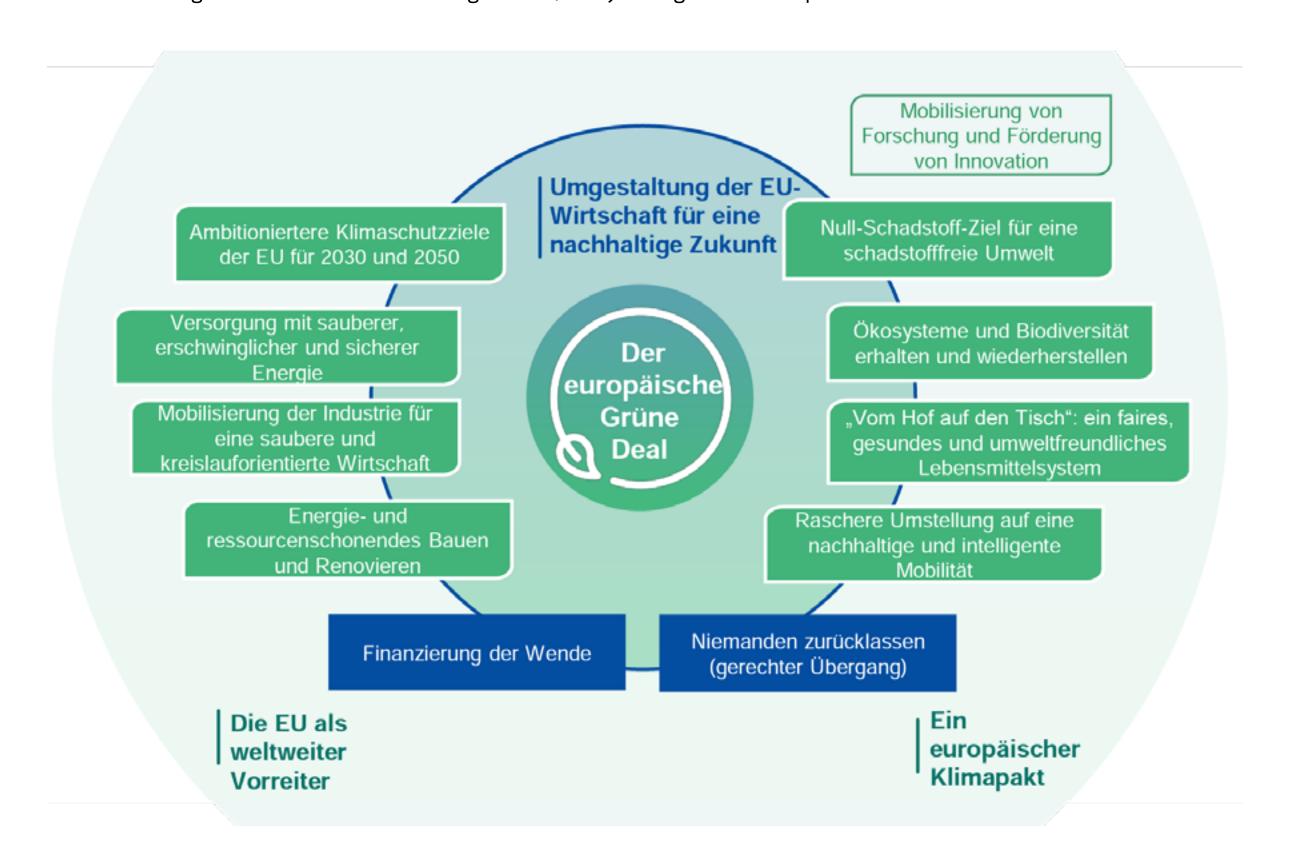
Handlungsfelder und Maßnahmen

Um das ehrgeizige Ziel der Klimaneutralität in Europa bis 2050 bzw. die Senkung der Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) um mindestens 55 % bis bereits 2030 zu erreichen, hat die EU einen umfangreichen Maßnahmenkatalog für die Bereiche Energie, Gebäude, Industrie und Mobilität aufgestellt. Im Wesentlichen geht es um

- > die **Dekarbonisierung** des Energiesektors 75 % der THG-Emissionen entfallen auf die Erzeugung und den Verbrauch von Energie
- > Gebäuderenovierungen zur Minimierung des Energieverbrauchs 40 % des Energieverbrauchs entfallen auf den Gebäudebestand
- > umweltfreundlicheren, kostengünstigeren und gesünderen Verkehr 25 % der THG-Emissionen entfallen auf den Verkehr+

Zum Fahrplan der EU gehört dabei ein komplexes Maßnahmenpaket aus Gesetzen und Aktionsplänen, mit dem energieintensive Sektoren dekarbonisiert sowie eine effektive Kreislaufwirtschaft, energie- und ressourceneffizientes Bauen und Renovieren und eine Wende bei Verkehr und Mobilität erreicht werden sollen.

Zur Finanzierung der Maßnahmen werden mehr als 1,8 Billionen Euro aus dem Sieben-Jahres-Haushalt der EU und dem Aufbaupaket NextGenerationEU zur Verfügung gestellt, die weitere private Investitionen befördern sollen. Die 27 EU-Mitgliedstaaten sind zudem angehalten, ihre jeweilige Haushaltspolitik mit Blick auf den EGD umzustellen.



+EUR-Lex - 52019DC0640 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

Quelle: bit.ly/45yRqwQ



Wichtig: die <u>EU-Taxonomie</u> zur Mobilisierung privater Finanzmittel und für Rechtssicherheit

Die EU-Taxonomie soll als wesentlicher Bestandteil des European Green Deal Wettbewerbsgleichheit und Rechtssicherheit für alle innerhalb der EU tätigen Unternehmen gewährleisten. Das verbindliche Regelwerk definiert die Nachhaltigkeit von Wirtschaftsaktivitäten anhand von sechs Hauptzielen:

- **1.** Klimaschutz
- 2. Anpassung an den Klimawandel
- 3. Nachhaltiger Einsatz und Gebrauch von Wasser oder Meeresressourcen
- **4.** Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft
- 5. Vorbeugung oder Kontrolle von Umweltverschmutzung
- 6. Schutz und Wiederherstellung von Biodiversität und Ökosystemen

Unternehmensaktivitäten werden künftig daran gemessen, inwieweit sie auf diese Ziele einzahlen – mit entsprechenden Konsequenzen für die Wirtschaft.

Folgen der EU-Taxonomie für Unternehmen

> Berichterstattungspflicht

Unternehmen, die sich auf den europäischen Finanzmärkten betätigen, sind durch die EU-Taxonomie zu erhöhter Transparenz verpflichtet. Sie müssen im Rahmen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) offenlegen+, inwieweit ihre Geschäftsaktivitäten im Einklang mit den Kriterien für Nachhaltigkeit stehen.

> Zugang zu Finanzmitteln von Banken

Die EU-Taxonomie beeinflusst die Finanzierungslandschaft in Europa. Da Banken und andere Finanzinstitutionen dazu angehalten werden, ihre Portfolios in Richtung Nachhaltigkeit auszurichten, erhalten Unternehmen, deren Aktivitäten mit den Kriterien der Taxonomie übereinstimmen, leichteren und günstigeren Zugang zu Finanzmitteln. Umgekehrt werden Unternehmen, die nicht nachhaltig operieren oder nicht ausreichend über ihre nachhaltigen Aktivitäten berichten, bei der Beschaffung von Finanzmitteln mit schlechteren Konditionen rechnen müssen.

+für Geschäftsjahre beginnend ab dem 1. Januar 2024: Unternehmen von öffentlichem Interesse mit mehr als 500 Mitarbeiter*innen; für Geschäftsjahre beginnend ab dem 1. Januar 2025: alle anderen bilanzrechtlich großen Unternehmen; für Geschäftsjahre beginnend ab dem 1. Januar 2026: kapitalmarktorientierte KMU, sofern sie nicht von der Möglichkeit des Aufschubs bis 2028 Gebrauch machen.

Nicht alle Unternehmen in der EU sind zur Berichterstattung im Rahmen der EU-Taxonomie verpflichtet. Betroffen sind insbesondere Unternehmen, die bestimmte Kriterien erfüllen:

- > Unternehmen von öffentlichem Interesse wie etwa börsennotierte Unternehmen, Banken und Versicherungen
- > Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeiter*innen
- > Unternehmen, die bestimmte Finanzschwellenwerte wie Gesamterträge oder Bilanzsumme überschreiten

Wichtig ist an dieser Stelle allerdings, dass auch Unternehmen, die per Definition (noch) nicht zur Berichterstattung im Rahmen der EU-Taxonomie verpflichtet sind, von der Offenlegung ihrer nachhaltigen Aktivitäten profitieren können. Dies gilt insbesondere in Bezug auf den oben erwähnten Zugang zu Finanzmitteln und das Vertrauen ihrer Stakeholder. Da Unternehmen, die der Berichtspflicht unterliegen, Lieferketten bzw. Stakeholder auf Nachhaltigkeit überprüfen müssen, sind Tagungshotels immer betroffen, wenn sie an deren Ausschreibungen teilnehmen, auch wenn sie selbst noch nicht unter die CSRD fallen

Grundsätzlich verdeutlicht die Taxonomie als klarer Rahmen für nachhaltige Investitionen und Geschäftspraktiken die Zielrichtung der EU: Kapitalflüsse werden gezielt auf gesellschaftlich und langfristig wirtschaftlich nachhaltige Geschäftsmodelle gelenkt. Branchenexpert*innen empfehlen der Hotellerie daher, sich frühzeitig mit der Taxonomie auseinanderzusetzen – auch weil davon auszugehen ist, dass sich die Berichtspflichten innerhalb der EU erweitern werden.

Was bedeutet der EGD für Tagungshotels: Auf einen Blick

- > Transformative EU-Umwelt-Initiative, mit der die Wirtschaft neugestaltet wird
- > EGD-Themenfelder betreffen Tagungshotels direkt, insbesondere energie- und ressourceneffiziente(r) Gebäude bzw. Geschäftsbetrieb, Kreislaufwirtschaft (nachhaltige Beschaffung), Mobilität
- > Wichtig: EU-Taxonomie bindet Tagungshotels in ein nachhaltiges Regelwerk ein wer Kriterien erfüllt, hat Wettbewerbsvorteile!

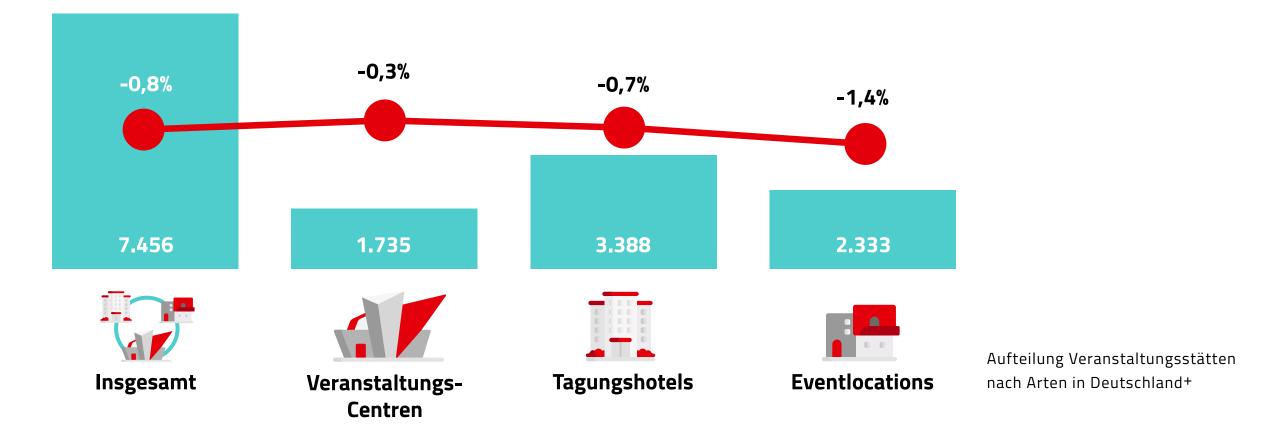


3. STATUS QUO: ZAHLEN, FAKTEN UND TRENDS ZUR TAGUNGSHOTELLERIE

Corona, internationale Konflikte, Inflation, Klima – gibt es nur noch Krisen? Seit der Pandemie scheint sich ein "Großproblem" nach dem anderen die Klinke in die Hand zu geben. Da die Tagungshotellerie von der Mobilität ihrer Gäste
lebt, waren die letzten drei Jahre ein besonderer Test für die Branche, mit entsprechenden Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb, den Hotelimmobilienmarkt und Hotelneubauten.

Nachfrage zunehmend gekoppelt an Nachhaltigkeitsanforderungen

Laut dem aktuellem GCB > <u>Meeting- & EventBarometer 2022/2023</u> sind rund 3.400 der insgesamt fast 7.500 Veranstaltungsstätten in Deutschland Tagungshotels. Das entspricht einem Anteil von 45 %.



Die Erhebung zeigt auch, dass Unternehmen mit knapp 60 % die wichtigste Kund*innengruppe für Hotels im Eventbereich sind und gut ein Fünftel der Veranstalter bei ihren Buchungen inzwischen nachhaltige Veranstaltungen anfragen – und das gilt nicht nur für deutsche Kund*innen, sondern auch international und vor allem bei Anfragen aus den USA und Großbritannien. Grundsätzlich ziehen die Tagungsbuchungen wieder spürbar an: Es gibt ein großes Bedürfnis nach persönlichem Austausch und der Ausblick in der Tagungshotellerie ist zum ersten Mal seit Beginn der Pandemie wieder positiv.

Vor der Pandemie wurden in Deutschland für das Jahr 2019 insgesamt 2,89 Millionen Veranstaltungen registriert. Den Schwerpunkt bildeten dabei mit einem Marktanteil von 57,6 % Seminare, Tagungen und Kongresse. Insbesondere Tagungshotels behaupteten sich mit einem Anteil von 55,1% als dominierende Orte dieser Veranstaltungsart im Vergleich zu Veranstaltungszentren und Eventlocations.+

Auch im Jahr 2022 setzte sich dieser Trend fort. Seminare, Tagungen und Kongresse beanspruchten einen Marktanteil von 60,3%, wobei Tagungshotels mit einem Anteil von 58,9% erneut die Spitzenposition unter den Veranstaltungsorten bei dieser Gruppe von Veranstaltungen einnahmen.++

Deutscher Hotelimmobilienmarkt: Nachholbedarf im Bereich ESG

Auch im Immobilienmarkt, inklusive dem Hotel-Segment, spielen ESG-Themen (Environment, Social, Governance) eine zentrale Rolle. Im Frühjahrsgutachten 2023 des Branchenverbands Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA) wird Nachhaltigkeit neben der Digitalisierung als der wichtigste Trend im Sektor betont, nicht zuletzt, weil die anlegerseitige Nachfrage nach nachhaltigen Investments seit Jahren wächst.

Für den Hotelimmobilienmarkt insgesamt attestieren die Expert*innen nach einem fast dreijährigen Krisenmodus eine weiterhin unklare Perspektive. Investor*innen sind vorsichtig, sodass das Transaktionsvolumen im deutschen Hotelmarkt mit 1,9 Mrd. Euro 2022 weit unter den Werten von 2019 liegt. Für dieses Jahr wird nur eine leichte Volumensteigerung erwartet, auch weil die passenden – einschließlich nachhaltig aufgestellte – Produkte auf sich warten lassen. Bei der Union Investment als größtem Hotelinvestor in Deutschland ist ein A-Rating beim Energy Performance Certificate (EPC) für die höchste Effizienzklasse beispielsweise Grundvoraussetzung, um eine Immobilie für einen Fonds zu kaufen.+++

Kostendruck für Betreiber

Gleichzeitig hat die wirtschaftlich angespannte Lage vieler Betreiber, die mit steigenden Betriebskosten – Stichwort: Energiekosten – zu kämpfen haben, zwangsläufig immobilienseitige Folgen: Entwickler und Verpächter von Hotelimmobilien sehen sich weiterhin mit Pachtausfall/-minderungsrisiken, nicht umlegbaren Baukostensteigerungen sowie mit schwierigen Finanzierungs- und Investitionsrahmenbedingungen konfrontiert. Daher wird zumindest für dieses Jahr noch mit einem weiter abnehmenden Neubauvolumen gerechnet.

Neubauten: mehr größere Hotels, mehr Ketten

Bei den laufenden Neubauten geht der Trend schon seit einigen Jahren in Richtung weniger Hotels mit mehr Zimmern. Während Privathotels mit 60 Prozent der Zimmer noch den größten Anteil auf dem deutschen Hotelmarkt haben, lässt sich schon seit einigen Jahren beobachten, dass Hotelketten immer weiter aufholen. Das gilt insbesondere für Metropolen wie Berlin, Frankfurt, München und Hamburg mit einer starken Marktpenetration. Mit rund 115.000 Zimmern findet sich in diesen Großstädten ein Drittel der gesamten Zimmerkapazität des Hotelmarktes.++++

⁺Meeting-& EventBarometer 2019/2020

⁺⁺Meeting-& EventBarometer 2022/2023

⁺⁺⁺Frühjahrsgutachten 2023 Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA), https://zia-deutschland.de/fruehjahrsgutachten/

⁺⁺⁺⁺Horwarth HTL: 2022 Deutschland Hotels & Chains, https://cdn.horwathhtl.de/wp-content/uploads/sites/4/2022/05/Deutschland_HOTELS-CHAINS_2022.pdf



4. WAS BEDEUTET DER EUROPEAN GREEN DEAL FÜR DIE STAKEHOLDER DER TAGUNGSHOTELLERIE

4.1 DIE CHANCE – EGD SCHAFFT NACHHALTIGKEITSKREISLAUF

Beim European Green Deal kommt es auf die ganzheitliche Betrachtungsweise an. Denn nur dann wird klar, welch große unternehmerische Chance für alle Stakeholder – Entwickler, Eigentümer und Betreiber – darin steckt, sich zukunftsfähig und damit wettbewerbsfähig aufzustellen:

Die ineinandergreifenden Maßnahmen und Mechanismen erzeugen automatisch einen Kreislauf, in dem das unternehmerische Wohl aller davon abhängt, dass der jeweils andere nachhaltig agiert. Banken sind angehalten, bei der Kreditvergabe nachhaltig aufgestellte Unternehmen bevorzugt zu behandeln und müssen dies in ihrem Reporting entsprechend belegen. Immobilienentwickler müssen, Gebäude bauen, die im Betrieb nachhaltig (energieeffizient) sind. Betreiber in der Tagungshotellerie wiederum haben Kund*innen, die sich bei ihrer Veranstaltung für nachhaltige Anbieter entscheiden, weil sie in ihrem Nachhaltigkeitsreporting darüber berichten.

European Green Deal für die Stakeholder der Tagungshotellerie

Veranstalter:

Entscheidung für nachhaltige Anbieter, Dokumentation im eigenen Nachhaltigkeitsreporting

Banken:

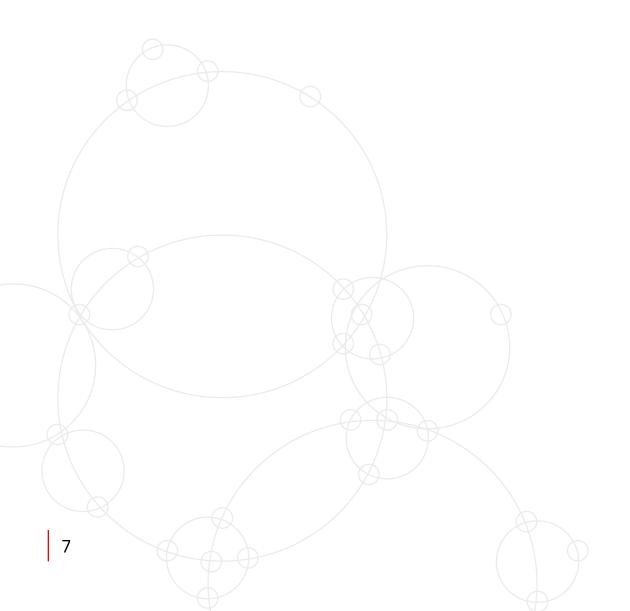
Kreditvergabe an nachhaltig agierende Unternehmen

Tagungshotels:

Nachhaltiges Gebäudekonzept & nachhaltiger Betrieb

Immobilienentwickler:

Entwicklung energieeffizienter Gebäude





Letztendlich geht es beim EGD um die Chance der Zukunftsfähigkeit und den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit für alle Beteiligten im Segment Tagungshotellerie – und zukunftsfähig ist die Branche nur dann, wenn alle Akteure mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen verantwortungsvoll umgehen. Ein Blick auf die einzelnen Stakeholder verdeutlicht dies, wobei hier natürlich gilt, dass in der Tagungshotellerie die einzelnen Stakeholder nicht immer getrennt zu betrachten sind und eine Partei verschiedene Rollen einnehmen kann (Eigentümer/Betreiber):

Chancen für Immobilienentwickler

- > Neuer Markt für umweltfreundliche Bauweisen Mit dem EGD entsteht ein wachsender Markt für innovative, nachhaltige Baukonzepte. Entwickler können sich als Vorreiter in diesem Bereich etablieren und innovative Lösungen anbieten.
- > Subventionen und finanzielle Anreize

 Der EGD und die damit verbundenen Programme
 bieten finanzielle Anreize für nachhaltige Immobilienprojekte. Dies erleichtert die anfänglichen
 Investitionen in umweltfreundliche Technologien
 und steigert sogar die Rentabilität solcher Projekte.
- > Partnerschaften und Kollaborationen Immobilienentwickler können Partnerschaften mit Technologie-, Baustoffanbietern, Umweltberatern und anderen Akteuren eingehen, um integrierte, ganzheitliche Lösungen für nachhaltige Gebäude zu schaffen.

Chancen für Eigentümer

- > Erhöhter Immobilienwert

 Umweltfreundliche Einrichtungen und Anlagen
 (Bsp. Photovoltaik) steigern den Wert von Hotelimmobilien, u.a. durch Reduktion von Betriebskosten.
- > Partnerschaften mit grünen Initiativen
 Hoteleigentümer können sich mit lokalen, nationalen und internationalen Umweltinitiativen vernetzen und so ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen
 verstärken und selbst sichtbarer werden.
- > Vorteile bei der Kreditvergabe

 Banken achten bei der Kreditvergabe auf die Einhaltung von EGD-Regularien und gewähren entsprechenden Akteuren bevorzugt Kredite und/oder günstigere Konditionen.

Chancen für Betreiber

- > Attraktivität für Kund*innen und Wettbewerbsvorteile Meeting- und Konferenzveranstalter erwarten bzw. benötigen zunehmend nachhaltige Angebote und buchen bei Hotels, die Nachhaltigkeit in allen Facetten von Gebäudebetrieb bis Veranstaltungsdurchführung anbieten können.
- > Vorteile bei der Kreditvergabe

 Banken achten bei der Kreditvergabe auf nachhaltiges Wirtschaften und gewähren entsprechenden Akteuren bevorzugt Kredite oder günstigere Konditionen.
- > Betriebskostensenkung Investitionen in erneuerbare Energien, Wassersparmaßnahmen und andere nachhaltige Technologien können mittel- bis langfristig die Betriebskosten erheblich senken.
- > Höhere Attraktivität für Mitarbeiter*innen Nachhaltig agierende Unternehmen sind attraktive Arbeitgeber und punkten vor allem bei der jüngeren Generation.
- > Leuchtturmfunktion für Standort Deutschland Als Gastgeber von Business Events haben Tagungshotels eine exponierte Position und können Nachhaltigkeit – auch für ausländische Gäste – unmittelbar erlebbar machen.





Chancen für Mitarbeiter*innen

- > Weiterbildung und Qualifikation
 Nachhaltigkeit erfordert Know-how und eröffnet
 Mitarbeiter*innen damit die Chance auf Schulungen und Weiterbildungen im Bereich nachhaltiger
 Hotelbetrieb und nachhaltige Veranstaltungen.
- > Arbeitszufriedenheit Menschen, die das Gefühl haben, einen positiven Beitrag zu leisten, arbeiten motivierter und sind zufriedener.
- > Karriereentwicklung
 Nachhaltigkeit eröffnet neue Karrierewege und
 Positionen im Bereich nachhaltige Hotelbetriebsführung.





4.2 DIE HERAUSFORDERUNG: HOCH KOMPLEXE AUFGABE UNTER ERSCHWERTEN BEDINGUNGEN

Die zentrale Herausforderung des EGD liegt in der Komplexität der anstehenden Aufgaben, die unter schwierigen Rahmenbedingungen und innerhalb kurzer Zeit umgesetzt werden sollen:

Der Bestand an Hotelgebäuden muss entlang des grünen Pfads mit Blick auf Energieeffizienz und -reduktion umgestaltet werden, für neue Objekte gilt dasselbe in der Entwicklung. Neben der Anpassung der Gebäudehülle selbst mit all ihren Bestandteilen, wie Dämmung, Fenster, Dach, des Innenausbaus und der verwendeten Baumaterialien verlangt der nachhaltige Betrieb eines Hotels eine sensible Energiesteuerung, die dem umgebenden Mikroklima angepasst ist. Das gängige Vorurteil lautet: "All das kostet Geld, ohne dass Eigentümer zur Gegenfinanzierung direkt die Pacht nach oben setzen könnten". Tatsächlich führen viele Maßnahmen aber zur Reduzierung von laufenden Betriebskosten.

Im Betrieb sind die Tagungshotels stark im Tagesgeschäft eingebunden und müssen sich mit den Konsequenzen von Ereignissen auseinandersetzen, die sie nicht beeinflussen können – sei es eine Pandemie oder steigende Energiekosten. Es herrscht Personalmangel und gleichzeitig gibt es nicht genügend Mitarbeiter*innen, die ausreichend in Nachhaltigkeit geschult sind. Dass Nachhaltigkeit ein Riesenthema ist, haben die meisten erkannt. Im Alltag fehlen allerdings oft ganz einfach Zeit und Ressourcen, Nachhaltigkeit in allen Bereichen des Hotelbetriebs zu verankern.

Jenseits all dieser praktischen Aspekte und finanziellen Belange wird bei der genaueren Betrachtung klar, dass die größte Herausforderung im Kontext des Mindsets zu sehen ist. Denn ein grundsätzliches Umdenken ist gefragt: Um die Herausforderungen anzugehen, reicht es nicht, Nachhaltigkeit als eines von vielen wichtigen Themen zu sehen. Vielmehr muss es zu einer selbstverständlichen Leitlinie für das gesamte wirtschaftliche Handeln werden und als die einzige unternehmerische Kultur begriffen werden, die Zukunftsfähigkeit garantiert. Nur dann können die großen Herausforderungen als noch viel größere Chancen angenommen und proaktiv bearbeitet werden.

Herausforderungen für Entwickler

> Anforderungen der Tagungshotellerie verstehen
Um ihre Objekte auf die Nachhaltigkeitsbedürfnisse der Kund*innen ausrichten zu können, müssen Entwickler wissen, wie ein Hotelbetrieb funktioniert, was die Kundenbedürfnisse sind und wie sich Gäste an welchen Orten verhalten. Entwickler sind daher gefordert, noch bedarfsgerechter und vorausschauend zu planen.

> Höhere Baukosten

Moderne, energieeffiziente Gebäude kosten in Teilen mehr – nicht nur, weil nachhaltige Baumaterialien und fortschrittliche Technologien die Baukosten erhöhen können, sondern auch, weil die gezielte Entwicklung entlang der Mieterbedürfnisse aufwändiger ist.

> Brancheninnovation

Um Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, werden innovative Ideen und neue Ansätze benötigt, mit denen die Umweltbelastungen beim Bauen und Bewirtschaften verringert werden.

> Kommunikation

Dem Investor gilt es zu vermitteln, dass Energieeffizienz die laufenden Betriebskosten senkt und im Gegenzug der einmalig zu entrichtende Kaufpreis höher ausfallen kann (Stichwort: Amortisation).

Herausforderungen für Eigentümer

> Investitionen

Umbauten oder Renovierungen, die den Anforderungen des EGD entsprechen, erfordern erhebliche Kapitalausgaben, die nicht sofort Rendite bringen. Eigentümer stehen vor der Herausforderung, langfristig zu denken und sicherzustellen, dass diese Maßnahmen umwelttechnisch möglichst effektiv und gleichzeitig wirtschaftlich sind.

> Amortisationszeit

Die Amortisationszeit für grüne Investitionen kann länger sein. Dies beeinflusst auch die Finanzplanung.

> Datenerhebung

Für die Energiewende werden digital erhobene Betriebsdaten der Immobilie benötigt, um auf dieser Grundlage Investitionen für den Umbau mit den Ersparnissen des günstigeren Betriebs gegenrechnen zu können. Dies ist erforderlich, um einen Konsens zwischen Eigentümer und Betreiber zu den baulichen Anpassungen herzustellen.





Herausforderungen für Betreiber

- > Überforderung im laufenden Geschäft Nachhaltiges Wirtschaften erfordert eine systematische Herangehensweise und Zeit, die im Tagesgeschäft oft fehlt.
- > Integration auf allen Ebenen
 Ob GM oder Rezeption, ob Zimmerservice oder
 Eventmanagement Nachhaltigkeit muss auf
 allen Ebenen verankert und von Führungskräften
 unbedingt gefördert und gefordert werden. Dazu
 gehört auch ein definierter Handlungsrahmen inklusive Leitplanken für alle Akteure.
- > Hoher Aufwand für personelle Schulung
 Damit Nachhaltigkeit im Hotel durchgängig gelebt
 werden kann, ist Know-how nötig. Personal muss
 geschult und regelmäßig weitergebildet werden.
- > Anpassung des Serviceangebots

 Eine nachhaltige Ausrichtung erfordert, dass bestehende Services (z.B. Wegfall automatischer täglicher Zimmerreinigung) neu gedacht und angepasst werden, ohne dass dabei Gäste- und Kund*innenerwartungen unerfüllt bleiben. Hier ist einerseits Kreativität und Innovation gefragt und andererseits eine gute Kommunikation.

Während die genannten Herausforderungen für die Hotellerie insgesamt gelten, schlagen einzelne Punkte je nach Hotelart (Kette oder Einzelbetrieb) mehr oder weniger zu Buche. So dürften die Themen "Integration auf allen Ebenen" und "Personalschulung" Hotelketten allein wegen des Umfangs vor größere Herausforderungen stellen. Gerade bei der durchgängigen Umsetzung einzelner Maßnahmen stehen Hotelketten bezüglich der nötigen standortübergreifenden Zusammenarbeit – etwa im Einkauf – vor besonderen Aufgaben.





5. PRAXISNAVIGATOR

5.1 AM ANFANG STEHT DIE STRATEGIE

Folgen Sie dem Beispiel der EU und formulieren Sie Ihren eigenen Green Deal: Setzen Sie sich ein Nachhaltigkeitsziel, machen Sie eine Bestandsaufnahme, identifizieren Sie Handlungsfelder und formulieren Sie geeignete Maßnahmen, um ihr Nachhaltigkeitsziel zu erreichen. Das mag banal klingen, aber in der Praxis zeigt sich oft, dass der Strategie-Imperativ ignoriert wird:

Unternehmen gehen bei ihrem Engagement für Nachhaltigkeit häufig sofort ins Handeln über. Das Ergebnis: Stückwerk und unkoordinierte Maßnahmen. Ein Hotelbetreiber überlegt sich zum Beispiel Methoden zur Verringerung der CO2-Emissionen oder stellt im Einkauf auf ökologische Produkte um. All das sind auch wichtige Maßnahmen, aber dabei bleibt es dann auch häufig: Die ein oder andere spezifische Aktion wird "mal gemacht" ohne dass weitere Schritte folgen oder Erfolgsanalysen durchgeführt würden. Der Nachhaltigkeit fehlt die Nachhaltigkeit.

Daher ist es unabdingbar, bereits im Vorfeld Ziele und Prioritäten festzulegen, die im Unternehmen tatsächlich einen nachhaltigen Effekt haben. Diese strategische Verankerung von Nachhaltigkeit ist der Kern für jedes nachhaltige Wirtschaften. Das kostet Zeit und Ressourcen und die systematische Vorbereitungsarbeit nimmt einem auch niemand ab. Aber: Diese Investition wird sich auf lange Sicht lohnen. Denn eine gut durchdachte Nachhaltigkeitsstrategie bietet die Basis für die Effektivität nachfolgender Ziele und Aktionen – und nur dann kann Nachhaltigkeit überall im Unternehmen und auf allen Ebenen verankert ist. Nachhaltigkeit in der Tagungshotellerie als Selbstverständlichkeit zu etablieren, funktioniert nur auf Basis einer strategischen Herangehensweise.

Nachhaltigkeit: nur mit Strategie

- > Definieren Sie relevante Handlungsfelder
- > Erheben Sie einen Status quo
- > Fokussieren Sie alle erforderlichen Aktionen auf festgelegte Ziele
- > Überprüfen Sie den Fortschritt der Initiativen
- > Passen Sie für maximale Wirkung an
- > Geben Sie Ihren Mitarbeitenden/Ihren Teams eine gemeinsame, klare Vision
- > Involvieren Sie Ihr Team
- > Kommunizieren Sie Ihre Ziele und Maßnahmen transparent als positive Geschichte für Kunden und Partner

5.2 LET'S GET PRACTICAL: HANDLUNGSFELDER UND LÖSUNGSANSÄTZE

Grundsätzliches zum Vorgehen von Entwicklern, Eigentümern und Betreibern

Klimaneutral werden, auf Basis einer Kreislaufwirtschaft agieren, das Hotelgebäude energieeffizient (um)bauen und dabei auch noch den laufenden Betrieb stemmen und Ergebnisse erzielen – in der aktuellen Situation kann es für die Herausforderungen des EGD keine einfachen Lösungen, Standardpläne oder allgemeingültigen Antworten geben.

Viel wichtiger ist es, das Momentum des EGD jetzt zu nutzen und als unternehmerische Chance zu begreifen, das eigene Unternehmen – ob Immobilienentwickler oder Hotelbetreiber – zukunftsgerichtet aufzustellen. Dazu gehört es, Nachhaltigkeit mit all ihren Facetten als Kultur und unternehmerische Herangehensweise zu verstehen, die Mensch und Natur sich mehr als verdient haben. Innerhalb dieses Rahmens können alle Marktteilnehmer*innen ihre eigenen, unternehmensspezifischen Lösungen entwickeln. Auch wenn es keine Blaupause gibt: grundsätzliche Prinzipien und Lösungsansätze unterstützen Ihren individuellen nachhaltigen Weg.

> Analysieren Sie den Status Quo und gehen Sie systematisch vor

Da jedes Hotel individuelle Lösungen benötigt, ist eine anfängliche Bestandsaufnahme unerlässlich, um Transparenz herzustellen, Handlungsbedarf zu identifizieren und ein Monitoring zu ermöglichen. Detaillierte Informationen zum Status Quo sind die Grundlage für strategische Entscheidungen und bieten die Chance, den eigenen nachhaltigen Weg zielgerichtet gehen zu können.

Bei Neuerstellung einer Hotelimmobilie sollte das Gesamtprojekt mit einer entsprechenden Nachhaltigkeitsvision und zentralen Kernzielen unterlegt werden, die in allen Leistungsphasen, wie z.B. Vor-, Entwurfs-, Genehmigungs-, Ausführungsplanung, Vergabe, Objektüberwachung, bestimmend sind. Auf dieser Basis können kompetente Partner ausgewählt sowie Gästebedürfnisse, Betriebsabläufe, ein stimmiges Energiekonzept und nachhaltige Baustoffen vorausschauend berücksichtigt werden.

Bei Bestandsgebäuden gehört die Erhebung aller Gebäudedaten von Baujahr bis Performance der technischen Anlagen zur Bestandsaufnahme. Als erster wichtiger Einstieg für die Ermittlung der Energieverbräuche helfen die Abrechnungen der jeweiligen Versorger. Einige stellen diese Daten bereits online im Rahmen eines In-Time-Reportings zur Verfügung. So erhält man Transparenz über die Verbrauchsdaten im Tages- und Jahresablauf. Entsprechend ermöglichen erste Verhaltensänderungen, wie beispielsweise keine Kühlung bei gleichzeitiger Heizung der Räume, bereits Energie-





einsparungen. Dämmwerte der Gebäudehülle inklusive der Fenster, Türen und Dach werden ebenso relativ einfach aus den Gebäudedaten erkennbar. Gerade in diesem Bereich gibt es diverse Förderungen des Staates, wie z.B. des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (s. Linkliste, Kap. 6)

Betreiber sollten systematisch alle relevanten Bereiche erfassen, in denen Nachhaltigkeit erreicht werden soll. Wichtig ist, dass alle Bestandteile sowohl des Hotelgebäudes selbst als auch des Tagungshotelbetriebs im Hinblick auf Energieeffizienz und Ressourcenminimierung analysiert werden. Nachhaltigkeitszertifizierungen bzw. deren Kriterienkataloge bieten Hotelbetreibern einen guten Rahmen, um sich anhand des grünen Pfads zu entwickeln. Solche Zertifikate sollten sich an den Anforderungen internationaler Standards wie den Sustainable Development Goals (SDG) und dem Global Sustainable Tourism Council (GSTC) orientieren. Wichtig: Verlieren Sie sich nicht in der Vielfalt der Angebote, denn kein Hotel benötigt einen Zertifikatsreigen. Renommierte Zertifikate sind allerdings gerade für Tagungshotels wichtig für die Kundenkommunikation und -akquise. Sie schaffen Vertrauen und stellen sicher, dass Nachhaltigkeit kontinuierlich im Fokus bleibt und weiterentwickelt wird.

Tipp: Nachhaltiger Blick auf die Customer Journey

Betrachten Sie die Customer Journey in der Tagungshotellerie von Anfang bis Ende durch die Nachhaltigkeitsbrille: Anfrage, An-/Abreise, Veranstaltungsdurchführung, Materialien, Catering, Kundenfeedback – nachhaltiges Potenzial gibt es an allen Stellen. Sehr hilfreich dabei: Die Checkliste des Bundesumweltministeriums für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen! (s. Linkliste, Kap. 6)

> Kollaborieren Sie

Entwickler, Eigentümer, Betreiber – der EGD betrifft jeden und die EU-Taxonomie wird sich auf das Marktverhalten aller Akteure auswirken. Daher ist es wichtig, dass die Stakeholder kollaborieren und Silos aufbrechen, um die Herausforderungen gemeinsam anzugehen. Gerade weil die Anforderungen komplex sind und Investitionen erfordern, bietet ein kollaborativer Ansatz vielfältige Möglichkeiten. Suchen Sie daher jetzt aktiv nach Ansatzpunkten für Kooperationsmöglichkeiten und stellen Sie sich hierzu Fragen wie:

Können Kosten geteilt werden, beispielweise wenn es um die energieeffiziente Sanierung von Bestandsgebäuden geht? Wie können Entwickler von Anfang an im engen Austausch mit den späteren Nutzern Objekte so umsetzen, dass Nachhaltigkeit in der Tagungshotellerie optimal mitgedacht wird? Wie können Sie mit Ihren Gästen und Kund*innen gemeinsam nachhaltiger werden und in Absprache mit ihnen Verhaltens- und Verfahrensweisen anpassen, wie z. B. die Zimmerreinigung reduzieren und Buffets "entladen", um weniger Lebensmittel zu verschwenden?

> Besetzen Sie das Thema personell

Natürlich kann nicht jeder eine spezielle Nachhaltigkeitsmanagement-Stelle in seinem Unternehmen besetzen. Gerade bei größeren Tagungshotels bzw. Ketten sollten die Verantwortlichen allerdings ins Auge fassen, eine entsprechende Position einzurichten, die an die Geschäftsführung berichtet, damit die vielfältigen Aufgaben und Maßnahmen an verschiedenen Standorten koordiniert und das Thema konsequent weiterentwickelt wird.

In der praktischen Arbeit kann es bei Ketten auch sinnvoll sein, dass dieser Nachhaltigkeitsmanager bzw. diese Nachhaltigkeitsmanagerin zunächst in einem der Häuser den Transformationsprozess vorantreibt und die Maßnahmen im zweiten Schritt unternehmensweit auf Basis der Learnings umgesetzt werden. Nachhaltigkeitsexpert*innen müssen übrigens nicht zwingend aus der Hotellerie kommen. Im Gegenteil: Der Blick von außen birgt viele Vorteile und Innovationspotenziale. Bei Immobilienentwicklern können spezielle Nachhaltigkeitsmanager*innen zudem als Brücke zur Hotelbranche und deren spezifischen Nachhaltigkeitsanforderungen agieren.



> Bauen Sie Hierarchien zugunsten positiver Teilhabe ab

Die Hotellerie ist eine Branche mit einer langen Tradition und – zumindest in der Mehrheit –hierarchischen Strukturen. Da Nachhaltigkeit im Hotelbetrieb vor allem vom Engagement aller Mitarbeiter*innen ganz unabhängig von deren Positionen lebt, kann eine De-Hierarchisierung von Prozessen einerseits dazu beitragen, dass Maßnahmen schneller und unbürokratischer umgesetzt werden können. Andererseits wird so die Attraktivität für Mitarbeiter*innen erhöht und eine nachhaltigere Personalpolitik betrieben. Wenn Menschen sich bei der Arbeit wohler fühlen, erhöht sich die Bindung. Und gerade bei jüngeren Generationen gehört dazu auch mehr Teilhabe und die Möglichkeit, sich einzubringen und eigenverantwortlich zu arbeiten.

Befähigen Sie ihre Mitarbeiter*innen also und geben Sie jeder und jedem Einzelnen damit ein Nachhaltigkeitsmandat. Kommunizieren Sie, dass nachhaltige Ideen und Ansätze in allen Bereichen nur gewünscht sind, sondern auch unbürokratisch umgesetzt werden können.

Tipp: Grüne Teams

Geben Sie dem Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen Gesichter und bilden Sie in allen Abteilungen "grüne Teams", die Vorschläge machen bzw. Anlaufstellen für Vorschläge sind. Zwei Mitarbeiter*innen reichen dafür jeweils schon aus. So kann Nachhaltigkeit aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden, zieht sich als menschlicher roter Faden durch den Betrieb und überträgt den Mitarbeiter*innen Verantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie. Eine Anerkennung in Form von z. B. Gutscheinen oder anderen Incentives kann zusätzlich motivieren.

> Investieren Sie in Weiterbildung

Nachhaltigkeit benötigt Know-how. Sowohl im Immobilienbereich als auch in der Hotellerie gibt es inzwischen eine Vielzahl von branchenspezifischen Angeboten zum Thema Nachhaltigkeit, ob Zertifikatskurse oder berufsbegleitende Lehrgänge (s. Linkliste, Kap. 6). Diese gilt es zu nutzen und konsequent umzusetzen. Kompetenzen im Bereich Nachhaltigkeit sollten genau wie digitale Kompetenzen ein selbstverständliches Element im beruflichen Werkzeugkasten werden, denn nachhaltig geschultes Personal ist ein zentraler Erfolgsfaktor für Ihr Unternehmen und für die Umsetzung des EGD.

> Machen Sie sich schlau

Der European Green Deal ist komplex und kostet Geld. Damit das nicht zu einer unnötigen Hürde im Kopf wird, gehen Sie proaktiv vor und informieren Sie sich. Denn je mehr Sie wissen, desto mehr Möglichkeiten werden Sie finden, die Herausforderungen anzugehen. Das heißt konkret: Finden Sie heraus, welche Fördermöglichkeiten es in Ihrem Bundesland und/oder in Ihrer Stadt gibt. Wenden Sie sich an Ihre Bank, die lokale Industrie- und Handelskammer und Branchenverbände, um Informationen über Zuschüsse oder Förderkredite zu bekommen (s. Linkliste, Kap. 6). Schauen Sie, was andere Marktteilnehmer machen, und Iernen Sie aus deren Best Practices. Denn auch das gehört zu schlauem Unternehmertum und sollte ohne Scheu praktiziert werden. Werfen Sie dabei auch einen Blick über den eigenen Tellerrand ins Ausland, denn gute nachhaltige Ideen kennen keine geografischen Grenzen.

Argumente für Nachhaltigkeit und den EGD

- > Entwickler: Investoren verlangen nach nachhaltigen Objekten Stichwort EU-Taxonomie
- > Eigentümer: Wertsteigerung energieeffiziente, nachhaltig gebaute Gebäude werden die Norm
- > Betreiber: nachhaltiges Wirtschaften bedeutet Zukunftsfähigkeit und erfüllt Kundenanforderungen und Bedürfnisse der Mitarbeiter*innen



Praktische Denkanstöße für Entwickler, Eigentümer und Betreiber

> Modulare Bauweise

Beim modularen Hotelbau entstehen energieeffiziente und an individuelle Anforderungen angepasste Gebäude nach dem Legoprinzip durch Reihung und Stapelung. Bauteile und Räume werden an Produktionsstätten gefertigt und nicht vor Ort. Der daraus resultierende kürzere und effizientere Bauprozess mit weniger LKW-Ladungen an Material und weniger Kraneinsatz reduziert die CO2-Emissionen und den Abfall. Die Hotelkette CitizenM erstellt beispielsweise seit mehreren Jahren solche modularen Immobilien.

> Energiedaten erheben

Um die für die Energiewende notwendigen Maßnahmen durchführen zu können, müssen Betriebsdaten digital erfasst werden. Denn nur mit verlässlichen Daten lassen sich die Kosten für energetische Sanierungen mit den Ersparnissen durch geringere Betriebskosten vergleichen. Arbeiten Sie hier mit cleveren Technologien als eine schnell umsetzbare Maßnahme: Mit der Nutzung einer speziellen Software in Gebäuden mit Gebäudeleittechnik können bis zu 30 % an Energie im Jahr gespart werden. Zusätzlich erhalten Sie wertvolle Daten, an welchen Stellen im Objektmanagement Handlungsbedarf besteht.

> Technische Infrastruktur: Ressourcen sparen & generieren

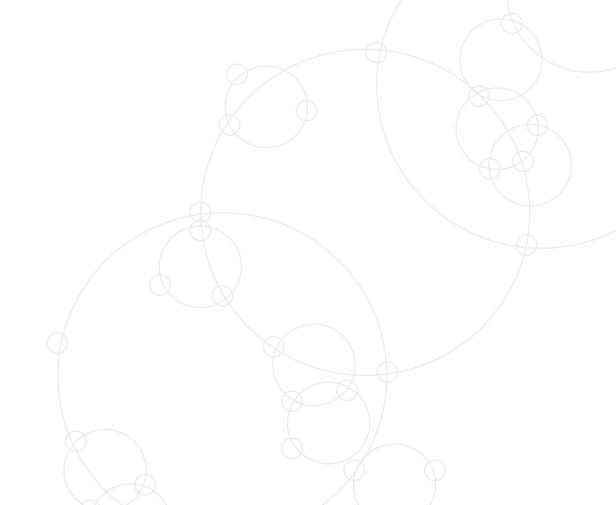
80 % der Ressourcen, die ein Hotel verbraucht, entfallen auf seinen Betrieb. Daher gilt es im Hotelbetrieb vor allem den Energie- und Wasserverbrauch zu reduzieren. Hier gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, z.B. LED-Leuchten, Stromspar-Schalter, Bewegungsmelder, wassersparende Duschköpfe, Perlatoren oder Regenwasserreservoirs. Rechnet man die jährlichen Einsparungen als Selbstverbraucher gegen, so zahlen sich größere Investitionen wie etwa eine PV-Anlage schneller aus als vielleicht zunächst vermutet.

> Grün einkaufen

Zu einer nachhaltigen Beschaffungspolitik gehört nicht nur ein regionaler bzw. lokaler Einkauf von (saisonalen) Lebensmitteln, sondern auch die Nutzung von umweltfreundlichen und nachhaltig verpackten Produkten in anderen Bereichen eines Tagungshotels. Das umfasst alles von Büroartikeln bis hin zu Reinigungs- und Desinfektionsmitteln. Besonderes Augenmerk sollte hier auf dem "Umweltsünder" Plastik liegen. Plastikwasserflaschen lassen sich beispielsweise sehr einfach vermeiden, indem Gästen und Veranstaltungs-teilnehmer*innen gefiltertes Wasser in Spendern, wiederbefüllbaren Flaschen und Wasserkrügen bereitgestellt wird.

Die Top-7-Handlungsfelder für Hotels

- > Gebäude inkl. Innenausbau
- > Energie
- > Wasser
- > Abfall
- > Food & Beverage
- > Einkauf
- > Anreise und Verkehr





5.3 BEST PRACTICE: WAS MACHEN DIE ANDEREN

Beispiel Landgut Stober: unternehmerische Vision als Nachhaltigkeitstreiber

Klimaneutraler Hotel- und Veranstaltungsbetrieb seit 2013, klimapositiv und gemeinwohlzertifiziert seit 2018, ausgezeichnet als nachhaltigstes Tagungshotel Deutschlands und bereits zweimal grünstes Hotel Europas – wie funktioniert das? Indem sich ein Hotelier dafür entscheidet, sein Unternehmen konsequent nach den drei Säulen der Nachhaltigkeit zu führen und umweltbezogene, wirtschaftliche und soziale Ziele gleichberechtigt umzusetzen. Dazu gehört, dass nach der Gemeinwohlökonomie bilanziert wird, die neben ökonomischen Kennzahlen ökologische und soziale Indikatoren bewertet. Sprich: Nachhaltigkeit ist hier kein Label, sondern steht im Mittelpunkt der Unternehmens-strategie und wird vom Eigentümer und allen Mitarbeiter*innen täglich gelebt.

Auf dem Weg zur Autarkie

Im Landgut Stober werden natürliche Ressourcen effizient genutzt und Autarkie Schritt für Schritt umgesetzt: Eine Photovoltaikanlage, für die nach vier Jahren der Breakeven erreicht wurde, produziert mehr Strom als das Hotel benötigt. Damit auch die Veranstaltungs-bereiche autark werden, steht aktuell die Erweiterung der PV-Anlage an, um dann in Verbindung mit einem Batteriespeicher energetischer Selbstversorger zu sein. Das Regenwasser wird gesammelt, aufbereitet und für alle Toilettenanlagen verwendet, was

50 % der Frischwasserkosten und des Frischwasserverbrauchs einspart (Amortisationszeit: sieben Jahre). Geheizt wird komplett ohne Gas und Öl mit einer Holzhackschnitzelheizung, deren Kostendeckungspunkt bereits nach zwei Jahren erreicht war. Die für die zwei Anlagen benötigte Biomasse wächst im eigenen Wald nach.

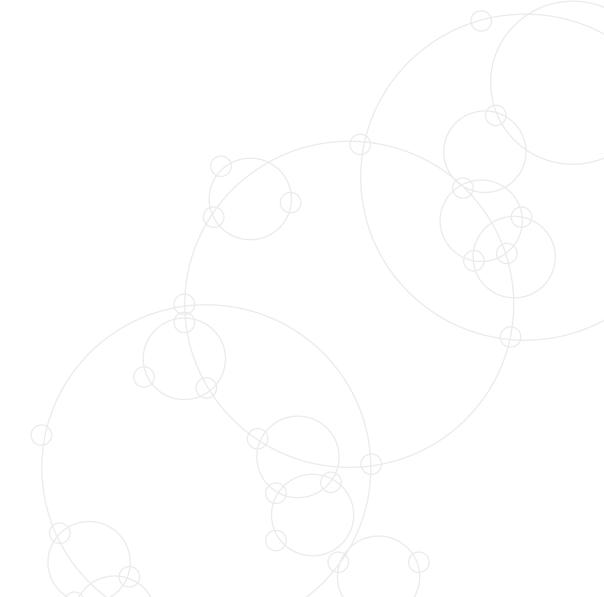
Für viele der Maßnahmen erhielt das Landgut Stober eine von der Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB) ausgezahlte Förderung des Wirtschaftsministeriums des Landes Brandenburg und der EU von 30 bis 40 Prozent. Aktuell wird ein proaktives Energiemanagementsystem implementiert, bei dem die großen Stromverbraucher miteinander kommunizieren und selbständig Stromspitzen vermeiden, was erhebliche Kosteneinsparungen mit sich bringt.

Positiver Wirtschaftsfaktor Nachhaltigkeit

Bei ständig wachsenden Kosten zahlen sich die Investitionen zur Minimierung des Ressourcenverbrauchs doppelt aus. Sie sind ein prozentual nachweisbarer Wettbewerbsvorteil gegenüber Anbietern, die nicht in Nachhaltigkeit investieren.

Kaufen für die Ewigkeit

Klingt trivial, ist aber ein wichtiges Element der praktizierten Nachhaltigkeit im Landgut Stober: Beim Kauf wird immer auf die Langlebigkeit von Produkten geachtet. Ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor, der oft außer Acht gelassen wird.





Beispiel Creativhotel Luise: Praktizierte Kreislaufwirtschaft

Das inhabergeführte Creativhotel Luise in Erlangen hat die kreislauforientierte Wirtschaft à la EGD fest im Blick. Mehr als 220 Nachhaltigkeitsmaßnahmen verfolgen das Ziel, das Hotel der Kreisläufe zu werden. Das Prinzip der Kreislaufwirtschaft – oder Cradle-to-Cradle – bildet hierfür die Basis. Konkret manifestiert sich diese Idee u. a. im Konzept des nachwachsenden Hotelzimmers®. Es wurde vollständig nach dem Prinzip entwickelt, dass alle verwendeten Materialien in die Natur zurückgeführt oder für die Herstellung eines neuen Produktes wiederverwendet werden können.

Ganzheitliche Betrachtungsweise der verwendeten Ressourcen

Zum nachwachsenden Hotelzimmer® gehören verantwortungsbewusst hergestellte und umweltverträgliche Materialien, wie z. B. holzschonende Decken aus Stroh ohne formaldehydhaltigen Kleber, ein Teppich aus recycelten PET-Flaschen und alten Fischernetzen, die langlebig und schalldämmend sind, oder ein Bett mit metallfreier Matratze aus den Naturmaterialien Naturkautschuk, Kokosfaser und Algen. Metallfreier Holzbau mit Steckverbindungen und umweltfreundlichem Kleber sind das zentrale Konstruktionselement.

Nachhaltigkeit durch clevere Technologienutzung

In den Zimmern wird durch eine intelligente Heizkörpersteuerung zudem bis zu 33 % Heizenergie eingespart. Die Anbindung an die Buchungssoftware des Hotels ermöglicht, dass die Raumtemperatur je nach Wetter und Belegung automatisch angepasst wird. In den Bädern wurde neben effizienten Wärmerückgewinnungsgeräten eine Wasserrecycling-Duschtechnologie integriert, die für die NASA-Marsmission entwickelt wurde und mehr als 90 % Wasser und 80 % Energie gegenüber herkömmlichen Duschen einspart.

Wertewandel in der Arbeitswelt

In vielen nachhaltig betriebenen Hotels wie z.B. dem Schwarzwald Panoramahotel, dem Schloss Hohenkammer, dem Creativhotel Luise oder auch dem Landgut Stober wird bereits der dringend notwendige Wertewandel in der Arbeitswelt aktiv umgesetzt. Das Handeln orientiert sich dabei an den > Inner Development Goals (IDGs), die Würde, Respekt, Toleranz und solidarisches Handeln aller Mitarbeiter*innen im "Organismus" Hotel als innere Säulen des täglichen Handelns festlegen.

Durch diese Ausrichtung wird das Unternehmen deutlich widerstandsfähiger gegenüber der Herausforderung Fachkräftemangel. Diese Widerstandsfähigkeit resultiert auch aus einer gezielten Verschmelzung von Arbeitswelt und Lebensalltag der Mitarbeiter*innen. Nur wer einen tieferen Sinn in seinem Handeln erkennt, agiert mit Leidenschaft. Wer sich mit seiner Umwelt und seinen Mitmenschen verbunden fühlt, kann mit Empathie auf seine Mitmenschen, insbesondere auf Gäste, zugehen.

Beispiel Hotelketten: Nachhaltigkeit als Programm

Wie gehen Hotelketten die vielschichtigen Anforderungen von Nachhaltigkeit an, damit in allen Häusern durchgängige Standards umgesetzt werden? Maritim hat bereits 2010 eine ProUmwelt-Richtlinie entwickelt, die sich am Drei-Säulen-Modell Ökologie, Ökonomie und Soziales orientiert und in den sechs Handlungsfeldern Energie, Abfall, Wasser, Einkauf, Mobilität und Mitarbeiter*innen nachhaltiges Wirtschaften umsetzt. Dazu gehört auch, dass es pro Hotel eine*n Nachhaltigkeitsberater*in gibt, der/die eine "Fit for Green Meetings"-Schulung durchlaufen hat.

Bei der internationalen Radisson Hotel Group bilden Nachhaltigkeitsindikatoren das Fundament für die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens. Diese sogenannten "Hotel Sustainability Basics" werden von Hotelgruppen, Verbänden und Reisezielorten gemeinsam mit dem World Travel and Tourism Council (WTTC) entwickelt und mit verschiedenen Maßnahmen umgesetzt. Die Gruppe kompensiert beispielsweise die CO2-Bilanz jeder in einem ihrer Hotels durchgeführten Veranstaltung – kostenlos für die Kund*innen.

Deutsche Hospitality, die Dachmarke der Steigenberger Hotels, hat für sich fünf Aktionsbereiche identifiziert, in denen betriebliche Nachhaltigkeitsaktivitäten umgesetzt werden. Unter einer der Überschriften – "Green Services" – geht es dezidiert darum, Nachhaltigkeit mit bestem Service zu verbinden (s. Herausforderungen für Betreiber: "Anpassung des Serviceangebots"). Dazu gehört z. B. auch, dass bis 2024 E-Ladesäulen installiert werden, wo dies infrastrukturell möglich ist.

Nachhaltigkeitsstrategie als Innovationstreiber: Beispiel Scandic

Was haben Best Practices im Bereich Nachhaltigkeit gemeinsam? Eine stabile strategische Verankerung. Bei der international tätigen Hotelkette Scandic wurde das Thema Nachhaltigkeit bereits 1993 in die Unternehmensstrategie integriert. Als die Teammitglieder auf dieser Basis 1994 aufgefordert wurden, nachhaltige Ideen einzureichen, entstand so die "Handtuch-Policy", die inzwischen Industriestandard geworden ist.

Hotel-Kooperation für Net Zero

Die InterContinental Hotels Group (IHG) plant gemeinsam mit der britischen nachhaltigen Hotelgruppe Zeal Hotels eine Passivhaus-Immobilie, die entlang des gesamten Hotellebenszyklus kohlenstofffrei ist ("lifecyle net zero carbon hotel"): Das "voco Zeal Exeter Science Park" wird dabei nach den Net-Zero-Carbon-Kriterien des UK Green Building Council gebaut, einem Netzwerk für nachhaltiges Bauen. Die Eröffnung ist für 2024 geplant und ist für IHG ein Bestandteil des 10-Jahres-Plans "Journey to Tomorrow", der sich an den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung orientiert.



Beispiel nachhaltige Veranstaltungen: Von Energie bis Papier – weniger ist mehr

Im Dresdner Hotel Bilderberg Bellevue können sich Tagungsgäste über eine App zu ihrem Aufenthalt im Hotel und in Dresden informieren. Auf gedruckte Hotelmappen wird verzichtet. Auch Notizblöcke werden bei Tagungen nicht mehr automatsch auf allen Tischen ausgelegt, sondern sind bei Bedarf am Raumeingang erhältlich. Im bayerischen Hotel am Badersee können Tagungsveranstalter ihre Events ganz ohne Drucksachen durchführen und stattdessen das gesamte Veranstaltungsprogramm als App zur Verfügung stellen.

In den Tagungsräumen des Hotels wird zudem seit einer energetischen Renovierung Energie gespart: Die Klimatisierung läuft über eine einzeln steuerbare Raumbedienung und CO2-gesteuerte Lüftungsanlagen optimieren Luftmengen und Schallemissionen je nach Raumbelegung. Die Dreifachverglasung und Fensterkontakte, die bei geöffneten Fenstern die Heizung oder Klimatisierung herunterfahren, minimieren zudem den Wärmeverlust. Und: Das Hotel am Badersee gehört zu einer wachsenden Anzahl von Tagungshotels, die Gäste auf deren eigenes Nachhaltigkeitspotenzial aufmerksam machen, indem Tagungsteilnehmer*innen bei mehrtägigen Aufenthalten auf die Zimmerreinigung verzichten können.

Nicht Konkurrenz, sondern Bereicherung

So geht Kollaboration: Das dänische Hotel und Konferenzzentrum Green Solution House (GSH) stellt der nachhaltigen Hotelkette Guldsmeden Hotels sein Nachhaltigkeits-Know-how zur Verfügung, das bei der Renovierung einer Bestandsimmobilie erworben wurde, während GSH die eigens entwickelten nachhaltigen Kosmetikprodukte der Kette in seinen Zimmern nutzt. Sich gegenseitig helfen und von der Erfahrung anderer profitieren ist beim Thema Nachhaltigkeit mehr als sinnvoll.

5.4 FAZIT: DIE NACHHALTIGE TRANSFORMATION IST MACHBAR

Die Best Practices zeigen es: Mit einer konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie, die alle Stakeholder von Kund*innen bis Mitarbeiter*innen adressiert, kann die Umstellung auf ein ressourceneffizientes Wirtschaften im Sinne des European Green Deal gelingen. Dabei gibt es nicht den einen goldenen Weg. Jedes Hotel benötigt individuelle Lösungen, die – und das gilt für alle – nur auf Basis einer Bestandsaufnahme entwickelt werden können.

Grundsätzlich muss Nachhaltigkeit als ein immerwährender Prozess begriffen werden. Es geht nicht um einzelne, endliche Maßnahmen, die nur für Marketingzwecke (Stichwort: Greenwashing) genutzt werden, sondern um eine langfristige Transformation. Die Mechanismen des European Green Deal schaffen dafür einen Nachhaltigkeitskreislauf, den Tagungshotels als eine unternehmerische Chance begreifen sollten. Starten Sie mit der Transformation also bei sich selbst, nehmen Sie die Herausforderungen als Chancen an und entwickeln Sie Ihren eigenen "goldenen Weg" in die Nachhaltigkeit.

Quick Wins zur Umsetzung auf einen Blick

- > Analyse des eigenen Unternehmens:
- > Erfassung von Verbrauchsdaten für Wasser, Abwasser, Strom, Heizung und Müll
- > Überprüfung von geplanten Neuanschaffungen
- > Bildung eines Nachhaltigkeitsteams:
- > Identifizierung inhaltlich interessierter Mitarbeiter*innen
- > Überprüfung des eigenen Verbesserungspotentials anhand von Fragebögen von bestehenden Zertifizierungsunternehmen
- > Betrachtung finanzieller Aspekte:
- > Abfrage der finanziellen Spielräume
- > Mittel- und Langfristbetrachtung durchführen
- > Definitoin SMARTer Ziele:
- > Spezifisch
- > Messbar
- > Attraktiv
- > Realistisch
- > Terminiert
- > Definition Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele:
- > Aktive Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen
- > Persönliche Bedeutung & Zufriedenheit:
- > Erlebte Erfahrung positive Veränderung selbst zu gestalten
- > Aktive Mitwirkung an nachhaltiger Entwicklung als sinnhafte Tätigkeit empfinden



6. LINKLISTE

Informationen zum EGD

- > CSR in Deutschland (Initiative des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales)
- > EU-Kommission
- > Europäisches Parlament
- > Bundesministerium für Arbeit und Soziales
- > Statistisches Bundesamt
- > IHK-Beratungsleitfaden zum European Green Deal für KMUs
- > IHK-Seite zum Thema mit Ansprechpartnerin

Förderungsmöglichkeiten

- > Übersicht über Fördermittel für Nachhaltigkeitsprojekte
- > EU-Förderprogramme Umwelt, Energie und Verkehr
- > Überblick über Förderprogramme für KMUs: EU, Deutschland und Baden-Württemberg
- > Übersicht European Green Deal Subventionsprogramme
- > GEB-Förderung für Hotels ("Bundesförderung für effiziente Gebäude")
- > GEB-Infocenter der KfW und des BAFA (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontolle)
- > Bundesförderung für effiziente Gebäude

Konferenzen, Schulungen und Weiterbildung

- > Sustainable Events Conference Shaping the Future (SECON)
- > GCB-Seminare "Veranstaltungen nachhaltig organisieren"
- > Berufsbegleitender Lehrgang Nachhaltigkeitsmanagement in der Hotellerie

Allgemeine Infos zu Nachhaltigkeit für Hotels (Betrieb und Immobilien)

- > <u>Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwickung und Bauen</u>
- > <u>Analyse von spezifischen Dekarbonisierungsoptionen zur Erreichung der Energie- und Klimaziele 2030 und 2050</u> **Beispiel:** großes Hotels mit 230 Hotelzimmern und Renovierungsstand 1995 (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie)
- > "Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen" des Bundesumweltministeriums und Umweltbundesamt für die Bundesverwaltung mit > digitaler Checkliste
- > Fachbereich Nachhaltigkeit der HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland)
- > Deutsche Energie Agentur (dena)
 - > <u>Projekt: Modellvorhaben Check-in Energieeffizienz</u>
 - > Gastbeitrag: Nachhaltigkeit in der Hotellerie
 - > Leitfaden: Gästekommunikation im nachhaltigen Hotel
- > Builtworld ("Eventplattform für den Gebäude-Lebenszyklus")
 - > Eine neue Energieeffizienz im Gebäudesektor
 - > Betriebsoptimierung als Weg der Dekarbonisierung Technologieanbieter zur fortschrittlichen Regelung
 - > Nachhaltiges (Neu-) Bauen der Zukunft: Welche Änderungen bringt die DGNB Neubau Version 2023?
 - > <u>EU-Taxonomie</u>: Was steht wirklich drin und was hat Relevanz für die Branche?
- > Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB)
 - > Nachhaltig bauen mit der DGNB
 - > <u>Das Wichtigste zur DGNB Zertifizierung</u>
- > Beispiele für nachhaltige Hotels (international)
 - > Change Maker Hotels
 - > Hotel Bergamo Ludwigsburg

Initiativen

- > <u>Der Nachhaltigkeitskodex der deutschsprachigen Veranstaltungswirtschaft</u>
- > Net Zero Carbon Events Initiative



Herausgeber: **GCB German** Convention Bureau e. V.

PROJEKTKONZEPTION UND EXPERT*INNEN





Christian Badenhop

Managing Director

hotelfreeplanner

cb@hotelfreeplanner.de

www.hotelfreeplanner.de



Susanne Bonfig
Selbstständiger Investor & Advisor
bonfig.susanne@gmail.com



Anna Heuer

Verbandsgeschäftsführerin

HSMA Deutschland e.V.

anna.h@hsma.de

www.hsma.de



Christine Koch

Manager Administration & Finance,

Database & Sustainability

GCB German Convention Bureau e.V.

koch@gcb.de

www.gcb.de



Michael Krenz
Präsidiumsmitglied VDR
Geschäftsführer
CRC Corporate Rates Club
mkrenz@crc.ag
www.crc.ag



Uwe Krohn

Senior Vice President Sales
H-Hotels GmbH
uwe.krohn@h-hotels.com
www.h-hotels.com



Michael Stober

Geschäftsführer

Landgut Stober

m.stober@landgut-stober.de

www.landgut-stober.de

Mit freundlicher Unterstützung von:



Impressum
GCB German Convention Bureau e. V.
www.gcb.de

Redaktion: B Connects. Barbara Geier Content Services