

# Ausgezeichnet – der Weg zur nachhaltigen Betriebsführung

Fachbeitrag

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



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.

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



Nachhaltiges Reisen entspricht einem wachsenden Gästebedürfnis und bedeutet nicht zwingend Verzicht. swiss-image/Andre Meier

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 Gäste-segment.

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 Hinter-

gründe 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.

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](http://swisstainable.ch)

ANZEIGE



«Mit Menschen zusammenzukommen ist ein Grundbedürfnis, das bleibt.»

Dr. Stephan Sigrist, Gründer und Leiter Think Thank W.I.R.E., spricht am Summit über die zukünftigen Entwicklungen der Branche und des Schweizer Tourismus.

«Le besoin de se réunir est fondamental et ne disparaîtra pas.»

Stephan Sigrist, fondateur et directeur du think tank W.I.R.E., présentera les évolutions futures de la branche et du tourisme suisse lors du sommet.

 HotellerieSuisse

# Hospitality Summit

7. & 8. 9. 2021

Halle 550, Zürich Oerlikon

Seien Sie dabei, wenn die Weichen der Branche für die Zukunft gestellt werden.

Soyez là lorsque la branche posera ses jalons pour l'avenir.

Weitere Highlights und Tickets auf Programmation et billets sur

[hospitality-summit.ch](http://hospitality-summit.ch)