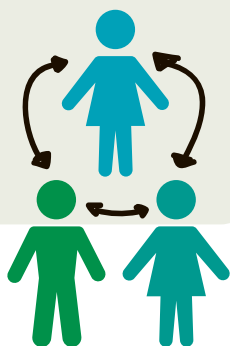


nalität (siehe Boxen). «Unser Label tragen 0- bis 5-Sterne-Hotels, fast 70 Betriebe von 300 m. ü. M. bis 1850 m. ü. M., von drei Mitarbeitenden bis 100 Mitarbeitenden. Die ganze Palette, und das funktioniert», so Anita Gschwind. Nachhaltigkeit kann in kleinen und grossen Betrieben gelebt werden. Grosse Hotels hätten den

1. DIMENSION: MANAGEMENT

Nachhaltigkeit muss im Management bewusst verankert sein. Die internen Strukturen und Prozesse werden entsprechend angepasst: Mitarbeiterführung, interne Organisation, Controlling, Gästeorientierung und Innovation.

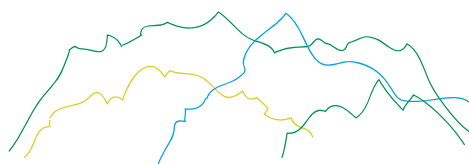


Vorteil, eine Verantwortliche, einen Verantwortlichen für Nachhaltigkeitsthemen einsetzen zu können. Für die Umsetzung der Ideen sei es wertvoll, mit Vertreterinnen und Vertretern aus verschiedenen Abteilungen und Kaderstufen ein Nachhaltigkeitsteam zu bilden, so die Geschäftsführerin. «In einem Klein- oder Familienbetrieb kann alleine die Einstellung der Geschäftsführung viel bewirken, weil sie mit den Mitarbeitenden und den Gästen in engem Kontakt steht», so Anita Gschwind. Die grösste Herausforderung in allen Betrieben sei die Sensibilisierung der Mitarbeitenden. «Es müssen nicht alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die ganze Nachhaltigkeitsstrategie des Hotels kennen. Doch die Reinigungskraft sollte wissen, warum sie nur noch stosslüften soll, warum ohne chemische Reinigungsmittel geputzt wird oder warum die Frotteetücher nur noch auf Wunsch des Gastes gewechselt werden. Sie muss dies gegen-

2. DIMENSION: ÖKOLOGIE



Der sorgfältige Umgang mit Ressourcen ist zentral. Deshalb wird bei Energie, Wasser, Abfall, Einkauf, Einrichtung und Umgebung auf Umweltverträglichkeit und Einsparmöglichkeiten geachtet.



3. DIMENSION: REGIONALITÄT

Das Hotelangebot ist authentisch und hat einen engen Bezug zur Region und deren Bevölkerung, zu Kultur und Landschaft. Die Wertschöpfung soll möglichst in der Region bleiben und diese stärken. So können Arbeitsplätze geschaffen werden, Transportwege verringert und die Begeisterung für regionale Spezialitäten und Besonderheiten gefördert werden.

über dem Gast kommunizieren und vertreten können.» Die junge Generation der Mitarbeitenden sei jedoch sowieso grundsätzlich interessiert daran, in nachhaltig ausgerichteten Betrieben zu arbeiten. Das zeigten Spontanbewerbungen in von «ibex fairstay» ausgezeichneten Hotels, ergänzt die Geschäftsführerin. Nachhaltigkeit und Gästekomfort. Geht das zusammen? Ja, findet Anita Gschwind. Einerseits deshalb, weil Massnahmen zu mehr Nachhaltigkeit im Hintergrund ge-

4. DIMENSION: SOZIALE BALANCE

Gäste und Mitarbeitende sollen sich wohlfühlen. Es wird darauf geachtet, dass die Rahmenbedingungen für alle stimmig sind: Berücksichtigung der Gästewünsche, faire und fördernde Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende, Einbe-



zug der Lieferanten, Einklang mit der Bevölkerung, Barrierefreiheit.

troffen werden können. So, dass die Gäste nicht eingeschränkt werden. «Natürlich soll ein Gast nicht nur noch fünf Minuten duschen dürfen, um Wasser zu sparen. Aber das Hotel kann Wassersparköpfe installieren und damit viel bewirken», so die Geschäftsführerin. Andererseits hat in der Bevölkerung und damit auch bei Gästen ein Umdenken stattgefunden. Nachhaltigkeit liegt vielen Gästen am Herzen. Vermehrt bekommt Anita Gschwind die Rückmeldung von Hotelbe-

trieben, dass gezielt nach der Nachhaltigkeitsstrategie des Hotels gefragt wird. «Gerade die soziale Nachhaltigkeit, also der Umgang mit Mitarbeitenden, hat an Bedeutung gewonnen.» Zudem, so stellt es Anita Gschwind fest, ist der Luxus von heute nicht mehr Kaviar und Hummer, sondern das Einfache, Achtsame. Weniger ist mehr, sogar in der Luxushotellerie. Einfach eingerichtete Zimmer mit Materialien aus der Region zählen heute mehr als Prunk. Eine gute, ehrliche Begegnung ist mehr Wert als ein oberflächlicher Austausch. «Heute wollen die Gäste etwas erleben», ergänzt Anita Gschwind. Der Besuch beim Landwirt, der das Fleisch oder Gemüse liefert, gehört ebenso zum Gästerlebnis wie ein Kochkurs mit regionalen Produkten. Es geht darum, Nahe bei den Menschen zu sein. Nahe am Ort, der Region, nahe an der Tradition und Kultur. Erleben, bewusst und mit allen Sinnen.

www.ibexfairstay.ch

5. DIMENSION: ÖKONOMIE

Nur ein wirtschaftlich gesunder Betrieb kann nachhaltig arbeiten und Arbeitsplätze sichern. Deshalb wird das Augenmerk auf Ertrag, Performance, Kostenkontrolle, Investitionen, Risk-Management sowie auf die Gäste- und Mitarbeiterzufriedenheit gelegt.



Anzeige

Eingerichtet, wie es mir gefällt: meine digitale Filiale.

Einfach modern oder heimatverbunden einrichten.

e-Banking und mehr.

gkb.ch/gioia

G101a Graubündner Kantonalbank