www.gastgewerbe-magazin.de > G53917 > 5,– EURO > 07-08/2018

GASTGEWERBE MAGAZIN

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

SONDERAUSZUG
Nachhaltigkeit

NACHHALTIGKEIT
Grüne Gedanken als Gesamtkonzept

AUSSENGASTRONOMIE
Das neue Draußen – das ganze Jahr

DER PROFITESTER
Eistee statt Limo

NACHHALTIGKEIT IST MEHR ALS EIN ‚NICE TO HAVE'

Nachhaltigkeit ist eines der Themen der Stunde. Dabei ist es nicht mehr nur das gute Gewissen, das die Unternehmer in Hotellerie und Gastronomie treibt. Wirtschaftliche Herausforderungen, aber vor allem die Anforderungen der Gäste, die auf eine nachhaltige Betriebsführung des Hotels oder Restaurants achten, zwingen viele Unternehmer zum Umdenken. Es ist höchste Zeit zu handeln.

Einer, der sich für mehr Nachhaltigkeit in der Gastronomie einsetzt, ist Matthias Tritsch, Gründer und Vorstand von Greentable e.V. Der Verein will, dass nachhaltige Entwicklung zu einem festen Bestandteil im deutschsprachigen Außer-Haus-Markt wird. Warum? „Weil wir davon überzeugt sind, dass die Zukunft der Gastronomie in der Nachhaltigkeit liegt – ökologisch, ökonomisch und nicht zuletzt im „Mehr-Genuss" für den Gast. Denn grüner schmeckt besser!" Tritsch initiiert zahlreiche Projekte, unter anderem den von der UNO propagierten „Tag der nachhaltigen Gastronomie", der im Juni 2018 erstmals auch in Deutschland ein Thema war, oder die Initiative „Restlos genießen". Auf der Seite www.greentable.de erhalten Unternehmer aus dem Gastgewerbe vielfältige Unterstützung und Anregungen für den Einstieg in eine nachhaltige Unternehmensführung.

Um Ihnen den Einstieg in die Nachhaltigkeit zu erleichtern, zeigen wir Ihnen, wie einfach es sein kann, erste Schritte in ein umweltbewusstes Geschäftsmodell umzusetzen. Ob Mehrwegbecher to go, weniger Plastik in den Hotelzimmern oder der Wasserfußabdruck – die Möglichkeiten sind vielfältig und bringen Vorteile für Ihre Gäste, Ihr Geschäft und die Umwelt. **> Andreas Türk**

Foto: © mxtama - iStockphoto.com

Foto: © PeopleImages · iStockphoto.com

WAS ALSO IST ZU TUN?

1. Das Thema Nachhaltigkeit gehört auf der Agenda ganz nach oben und darf sich nicht mehr von anderen Aufgaben verdrängen lassen. Und: Nachhaltigkeit ist Chefsache.
2. Jeder Unternehmer sollte einen Plan aufstellen, welche Maßnahmen wichtig sind, und neben den Umsetzungswegen auch Termine für die Erfüllung definieren. Die Maßnahmen beginnen bei der baulichen Substanz (Beleuchtung, Heizung, Isolierung, Geräte) und gehen über Einkauf (regionaler und abfallvermeidender Einkauf) und Verarbeitung (Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung, sparsamer Ressourceneinsatz) bis hin zur Abfallwirtschaft (Vermeidung, Wiederverwendung, Recycling) und dem Umgang mit den Mitarbeitern (Wertschätzung).
3. Die Kommunikation der Nachhaltigkeits-Maßnahmen sollte fester Bestandteil sein, denn Nachhaltigkeit ist nicht nur Umweltschutz, sondern auch Marketing.

— Anzeige —

GOOD FOOD MOOD

GOOD TIMES

Wo gegessen und getrunken wird, da kommen Menschen zusammen, es entstehen Momente, die in Erinnerung bleiben. Eine ideenreiche Dekoration unterstreicht diesen Moment, macht ihn zum Erlebnis für alle Sinne. Wir von Duni liefern das richtige Wohlfühlambiente, wir liefern goodfoodmood.

EINLADEND. PRAKTISCH. NACHHALTIG.

Womit dürfen wir Ihnen weiterhelfen?
Duni GmbH, Telefon 05461 82-632, www.duni.de

Duni

SUPPLIER OF GOODFOODMOOD®

MIT GUTEM BEISPIEL VORAN

KLIMAFREUNDLICHES ESSEN

Etwa 21 Prozent der Treibhausgasemissionen in Deutschland werden durch die Herstellung von Lebensmitteln erzeugt. Diese zu reduzieren, ist ein Ansatzpunkt der Klimateller-App, die Ende August an den Start geht. Seien Sie dabei und registrieren Sie sich jetzt schon unter www.klimateller.de

Was steckt dahinter?

Schon durch kleine Umstellungen lässt sich die CO_2-Belastung jedes Tellers um 50 Prozent reduzieren, beispielsweise durch regionale und saisonale Produkte, kurze Lieferwege oder den Verzicht auf rotes Fleisch oder fettreiche Milch, die den CO_2-Haushalt besonders belasten.

Wie läuft das ab?

Mit der KlimaTeller-App auf dem Desktop oder Tablet, die ab Ende August verfügbar sein wird, kann jeder schnell und einfach die CO_2-Emissionen der Speisen durch Eingabe der Zutaten und deren Menge berechnen. Die Berechnung basiert auf einer wissenschaftlich fundierten Datenbank der Eaternity AG. Entspricht der Emissionswert des Gerichts weniger als 50 Prozent des Durchschnitts, kann es als KlimaTeller ausgezeichnet werden.

Was ist der Effekt?

Die Auszeichnung der klimafreundlichen Gerichte auf der Speisekarte mit dem KlimaTeller-Label und die öffentliche Kommunikation eines solchen Angebots ermöglicht den Gästen, sich bewusst für das klimafreundliche Gericht – und für die gastronomische Einrichtung, die es anbietet – zu entscheiden. Mit jedem „KlimaTeller" werden rund ein Kilogramm CO_2-Emissionen gegenüber einem herkömmlichen deutschen Essen eingespart. Ein echter Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit.

Wer steckt dahinter?

Die App ist eine Entwicklung der beiden gemeinnützigen Vereine Greentable und NAHhaft, die bei der Umsetzung vom Bundesumweltministerium im Rahmen der „Nationalen Klimaschutzinitiative" unterstützt werden. Die Nutzung der App ist bis Ende 2019 kostenfrei.

www.klimateller.de

Zeigen Sie Initiative für klimafreundlichere Speisen auf Ihren Tellern und vergessen Sie nicht, dieses Ihren Gästen mitzuteilen.

MEHRWEGBECHER GEGEN DIE MÜLLFLUT – UND WAS DABEI ZU BEACHTEN IST

320 000 Einweg-Kaffeebecher werden in Deutschland verwendet – jede Stunde. Pro Jahr sind das 2,8 Milliarden, die schon nach kurzem Gebrauch weggeworfen werden und einen unfassbar großen Müllberg hinterlassen. Denn: die meisten Pappbecher sind entweder aus Plastik oder aus Papier und mit Kunststoff beschichtet, was eine Feintrennung und Wiederverwertung der Wertstoffe schwierig macht. Oftmals landen diese auch achtlos weggeworfen in der Natur.

Foto: Kahla

Die Alternative: wiederverwendbare Becher für das Coffee-to-go-Geschäft. Diese schonen nicht nur die Umwelt, sondern können auch als Marketing-Instrument zur Kundenbindung eingesetzt werden.

Marché Mövenpick zeigt, wie es geht: Das Unternehmen führt nachfüllbare Thermobecher ein. Als besondere Belohnung für die zukunftsbewussten Gäste gibt es zum Kauf des Bechers die erste Füllung gratis. Bei jedem weiteren Gebrauch gibt es 20 Cent Rabatt. Angeboten werden die umweltschonenden Becher, die zu 100 Prozent aus recyclebarem Material hergestellt sind, für 6,90 Euro. Marché Mövenpick verspricht sich eine erhebliche Reduzierung der üblichen Take-away-Pappbecher.

Doch beim Umgang mit mitgebrachten Coffee-to-go-Bechern gibt es ein paar Punkte in Sachen Hygiene zu beachten. Diese haben der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V. sowie der Spitzenverband der Lebensmittelwirtschaft in einem Merkblatt zusammengefasst, das eine bundesweit einheitliche Orientierung für die Anwender- und die Überwachungspraxis darstellt. Darin ist beschrieben, wie mit Bechern umgegangen werden muss, die vom Kunden mitgebracht werden, sowie welche Hygienevorschriften beim Befüllen und im Umfeld der Kaffeemaschine einzuhalten sind. Im Amtsdeutsch heißt das unter anderem: „Der Lebensmittelunternehmer hat durch geeignete Maßnahmen dafür Sorge zu tragen, dass beim Herstellen bzw. beim Brüh- und Befüllvorgang das Risiko einer Kontamination des Umfeldes oder anderer Lebensmittel durch den kundeneigenen Becher beherrscht und minimiert wird."

Das vollständige Merkblatt inklusive einem Aushang für die Mitarbeiter kann hier heruntergeladen werden: **https://bit.ly/2zm5qjR**

> Andreas Türk

Bieten Sie Alternativen: Belohnen Sie vom Gast mitgebrachte Becher mit einem kleinen Rabatt oder bieten Sie praktische Porzellanbecher, z. B. von Kahla an.

PLASTIKFREIE ZIMMER

Die Hotelkette Iberostar Hotels & Resorts befreit ihre Hotelzimmer in Spanien in den nächsten Monaten vom Plastikabfall. Bis 2019 werden Produkte wie Toilettenartikel, Taschen für Hausschuhe oder Kleidung und Artikel aus der Minibar in den 36 Hotels der Gruppe ersetzt. Statt Plastik sollen dann Glas, kompostierbarer Karton oder erneuerbare pflanzliche Produkte eingesetzt werden. Iberostar will damit 1,5 Millionen Plastikflaschen einsparen und allein in Spanien 43 Tonnen Plastikmüll verhindern. Die Aktion ist Teil des Projektes „A Wave of Change“, mit dem Iberostar zur Reduzierung der Plastikverschmutzung in den Meeren die Förderung einer nachhaltigen Fischerei und den Schutz der Korallenriffe des Mittelmeeres unterstützt.
Ähnliche Ziele verfolgt auch die spanische Hotelgruppe Meliá Hotels International (MHI), deren weltweites Portfolio über 380 Häuser umfasst. In einem laufenden Prozess werden Plastikflaschen, Becher, Tüten, Strohhalme und Untersetzer durch biologisch abbaubare oder umweltfreundliche Alternativen ersetzt.

Wo lässt sich Plastikmüll reduzieren? Definieren Sie kleine Ziele und dokumentieren Sie die Veränderung für einen sichtbaren Erfolg.

DIE KAFFEETASSE AUS KAFFEESATZ

Foto: Andreas Türk

Recycling mit sinnvollem Nutzen: Der Produktdesigner Julian Lechner hat ein Verfahren entwickelt, wie Kaffeesatz noch einmal verwendet werden kann. Dazu wird in Berlin Kaffeesatz aus der Gastronomie gesammelt, in einem eigens entwickelten Verfahren aufbereitet und zu Espresso- und Cappuccino-Tassen weiterverarbeitet. Diese haben eine marmorierte, wie Holz anmutende Oberfläche, den Geruch von Kaffee, sind extrem leicht, aber lange haltbar und spülmaschinengeeignet. Bei der Produktion kommen weder Weichmacher noch erdölbasierte Stoffe zum Einsatz. Nach der vielfachen Verwendung können die Tassen CO_2-neutral entsorgt werden, denn sie sind biologisch abbaubar. **www.kaffeeform.com**

Setzen Sie auf biologisch abbaubare Materialien. Gerade im Bereich Tabletop gibt es viele umweltfreundliche Alternativen.

DER WASSER-FUSSABDRUCK

Wasser ist für den Menschen der wichtigste Rohstoff. Doch nicht immer wird sorgsam damit umgegangen – auch bei der Produktion von Lebensmitteln.

Jährlich verbraucht jeder Deutsche 400 000 Liter Wasser, allerdings kommen nur rund zehn Prozent davon aus der Wasserleitung. Der Rest stammt aus dem sogenannten virtuellen Wasserverbrauch. Dazu gehört unter anderem das Wasser, das für die Produktion von Lebensmitteln nötig ist, wie eine Untersuchung des Portals **www.warenvergleich.de** ergeben hat.

Liter pro Kilogramm	Lebensmittel
27000	Kakao
21000	Kaffee
15490	Rindfleisch
4730	Schweinefleisch
110	Tomaten
210	Kartoffeln
280	Erdbeeren
700	Äpfel

Foto: © Cat_Chat - iStockphoto.com

Ein Rechenbeispiel: Sinkt der durchschnittliche Rindfleischverbrauch von aktuell 14,6 Kilogramm pro Jahr, beispielsweise durch einen Veggie-Tag, um zwei Kilogramm ab, würde das über 30000 Liter Wasser pro Person im Jahr einsparen – und damit fast so viel, wie ein durchschnittlicher Haushalt direkt verbraucht. **> atk**

Kalkulieren Sie benötigte Fleischmengen beim Einkauf möglichst genau. Auch regionale Ware begünstigt den ökologischen Fußabdruck.

DIE ABFALLWIRTSCHAFT SOLLTE JEDER IM BLICK HABEN

Die Abfallwirtschaft in Hotellerie und Gastronomie ist im Hinblick auf Lebensmittelverschwendung, Nachhaltigkeit und das aktuell drohende Verbot von Plastikstrohhalmen ein großes Thema. Im Interview erläutert Gilian Gerke, Professorin im Fachbereich Wasser, Umwelt, Bau und Sicherheit, Arbeitsbereich „Rohstoffwerkstatt" an der Hochschule Magdeburg-Stendal, die aktuelle Entwicklung und gibt Anregungen, wie jeder Betrieb auch von kleinen Nachhaltigkeitsprojekten profitieren kann.

Foto: © wildpixel - iStockphoto.com

Gastgewerbe Magazin: Abfallwirtschaft in der Gastronomie hat zwei Aspekte. Lassen Sie uns mit der Lebensmittelverschwendung beginnen. Jedes Jahr werden allein der Gastronomie über drei Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen, das sind 18 Prozent aller weggeworfenen Lebensmittel. Warum ist das aus Ihrer Sicht so viel? Wo sind die Ursachen?

Gilian Gerke: Zum einen hat das natürlich mit dem Anspruchsdenken der Gäste zu tun, die beispielsweise bei einem Buffet bis zum Schluss erwarten, dass alle Schüsseln gefüllt sind oder auf der Karte eine möglichst große Auswahl zu finden ist. Das führt zu Überproduktion, die dann im Abfall landen muss. Aber natürlich hat die Lebensmittelverschwendung – und das ist aus meiner Sicht ein häufiger Grund – auch mit der Fehlplanung der Unternehmer zu tun. Das kann man leider immer wieder beobachten.

Wie kann man das reduzieren?

Auf jeden Fall mit einer besseren Planung und einem Konzept, mit dem man flexibler auf die Anforderungen reagieren kann. Dazu ist es aber auch wichtig, dass man die eigene Angebotsstruktur grundlegend überdenkt – immer mit dem Hintergedanken, wo besonders viele Lebensmittel verschwendet werden und wie man das ändern kann. Das könnte dann eine kleinere Karte sein oder eine neue Kombination von Produkten, die Verschwendung vermeidet. Wichtig ist dabei aber, dass man mit den Gästen darüber spricht und sie für das Thema sensibilisiert. Wenn man es positiv verpackt, kann das auch ein Marketinginstrument sein.

Warum ist eine Reduzierung der Lebensmittelabfälle so wichtig?

Für mich hat das Thema drei Aspekte: Einen ethischen Aspekt, weil wir aufwendig und mit viel Mühe produzierte Lebensmittel wegwerfen und damit wertvolle Ressourcen nicht sinnvoll verwenden. Anderorts haben Menschen diese Möglichkeiten nicht. Zum anderen der ökologische Aspekt, weil wir durch weniger Verschwendung weniger Lebensmittel produzieren und transportieren müssten – mit allen positiven Auswirkungen auf die Umwelt. Und schließlich ist es ein ökonomischer Aspekt, weil wir anstelle von Lebensmitteln auch gleich das Geld wegwerfen könnten. Alle drei Aspekte sind übrigens wichtige Bausteine der Nachhaltigkeit.

Das zweite Thema in der Branche sind die Verpackungsabfälle. Wie ist hier die Situation?

Sicherlich kaufen viele Unternehmer in Hotellerie und Gastronomie heute bereits in Großgebinden ein. Das ist schon viel besser, weil es den Verpackungsabfall reduziert. Aber wenn ich mir das eine oder andere Frühstücksbuffet anschaue, spüre ich, dass manche Betriebe das Thema Abfallvermeidung noch nicht zu Ende gedacht haben. Auch hier ist es oftmals eine Frage der fehlenden Planung und des fehlenden Grundverständnisses.

Was kann jeder Unternehmer verbessern? Welche Maßnahmen sind sinnvoll?

Ich glaube, dass jeder Unternehmer, wenn er seinen Betrieb strukturiert und konzentriert auf den Prüfstand stellt, die Abfallmenge reduzieren kann. Es gibt bereits in vielen Bereichen Monos- und wiederverwendbare Systeme für den Transport von Produkten. Oder beispielsweise muss nicht jeder Strohhalm noch einmal zusätzlich in einer Plastikfolie verpackt sein. Vielleicht will der Gast gar keinen Strohhalm zu seinem Cocktail…

— Anzeige —

Infos und Händlernachweis: kassen-gobd.de

KASSE. KLASSE. CASIO®
Mobil · stationär · drinnen & draußen
Gastro · Back · Streetfood

Es gibt so viele Ansatzpunkte, die jeder umsetzen kann und die man den Gästen gegenüber nur richtig kommunizieren muss.

Ganz ohne Abfall geht es aber nicht. Deshalb: Vermeidung oder Recycling? Wie sieht die richtige Entsorgung aus?
Wir haben in Deutschland eine fünfstufige Hierarchie der Abfallwirtschaft. Ganz oben stehen dabei Vermeiden und Wiederverwenden. Erst dann wird recycelt. Und wenn das nicht mehr möglich ist, dann wird energetisch verwertet oder der Abfall thermisch behandelt. Jeder Unternehmer sollte seine eigene Abfallwirtschaft an dieser Hierarchie orientieren – und auch Mitarbeiter sowie Gäste dafür sensibilisieren. Richtig: Es wird nicht ganz ohne Restabfall gehen. Aber Unternehmer, die sich damit beschäftigen, beweisen ja immer wieder, dass es geht.

Aktuell diskutiert die EU über ein Verbot von Plastikbesteck und Plastikstrohhalmen. Eine richtige Initiative?
Es schlagen bei diesem Thema zwei Herzen in meiner Brust. Einerseits brauchen wir offensichtlich Gesetze und Regelungen, damit die Menschen bestimmte Regeln, die wir für gut und richtig halten, einhalten. Andererseits ändern solche Regulierungen nichts am Bewusstsein der Menschen. Denn der Strohhalm springt nicht von alleine ins Meer oder liegt in der Wiese. Das liegt schon an den Menschen selbst und ihrem Umgang mit Ressourcen und der Umwelt.

Geht Umweltschutz nur über Verbote?
Die aktuellen Planungen sind sicherlich zu einem Großteil Aktionismus, ein Verbot ist nicht die Lösung. Es ist aber ein guter Anlass für eine Diskussion über das Thema und wird den einen oder anderen – egal ob Unternehmer, Mitarbeiter oder Gast – zum Nachdenken bringen. Bei Gesetzen stellt sich mir aber immer die Frage der Kontrolle und der Durchsetzung – und das sehe ich hier nicht flächendeckend gewährleistet.

Kann nachhaltiges Wirtschaften aus Ihrer Sicht ein Marketinginstrument sein?
Auf jeden Fall. Allerdings muss man es auch gut verkaufen. Wenn ein Betrieb heute seinen Gästen gegenüber kommuniziert, dass man sich über das Thema Abfall und Nachhaltigkeit Gedanken macht, kommt das mit Sicherheit gut an – vor allem, wenn man es macht, weil man will, und nicht, weil man muss. Wer es schafft, dabei authentisch zu sein und vielleicht sogar seine Gäste mit ins Boot zu holen, kann damit einen Mehrwert für die Gäste schaffen und bei den Kosten ganz anders agieren.
Dabei geht es gar nicht um die ganz großen Nachhaltigkeitsprojekte. Auch kleine Schritte führen zum Ziel. Man könnte ja beispielsweise gemeinsam mit dem Team ein Monatsmotto daraus machen und den Gästen kommunizieren, mit welchem Umweltaspekt man sich in diesem Monat ganz besonders auseinandersetzt. Und wenn die Gäste dann gefragt werden, ob sie wirklich einen Strohhalm haben wollen, anstatt ihn automatisch serviert zu bekommen, spart man sicherlich nicht nur Strohhalme ein, sondern hat auch einen wunderbaren Gesprächsanlass, um mit den Gästen über Abfallvermeidung und Nachhaltigkeit zu reden.

> Das Interview führte Andreas Türk

5 STUFEN DER ABFALLWIRTSCHAFT

VERMEIDEN: Dazu gehören alle Maßnahmen, die dafür sorgen, dass etwas nicht zum Abfall wird. Beispiel: Einkauf ohne Verpackung

WIEDERVERWENDEN: Wenn man etwas noch einmal verwenden kann, entsteht weniger Abfall. Beispiel: Mehrwegflaschen

RECYCLING: Aus vielen Abfällen werden neue Produkte hergestellt, diese werden gesammelt und kontrolliert dem Recyclingkreislauf zugeführt.

THERMISCHE VERWERTUNG: So entsteht aus Abfall zumindest noch Energie

ABFALLENTSORGUNG: Wenn es gar nicht anders geht, müssen Abfälle gelagert werden

GEWERBEABFALL-VERORDNUNG

Seit August letzten Jahres ist die novellierte Gewerbeabfallverordnung (GewAbfV) in Kraft. Neben der Getrennthaltungspflicht haben gastgewerbliche Betriebe seitdem auch Aufbewahrungs- und Dokumentationspflichten zu erfüllen. Wer die missachtet, hat happige Bußgelder zu erwarten.

Was bedeutet Getrennthaltung?

Gewerbliche Abfallerzeuger müssen folgende Abfälle getrennt sammeln und entsorgen: Papier, Pappe und Kartonage (mit Ausnahme von Hygienepapier), Glas, Kunststoffe, Metalle, biologisch abbaubare Abfälle wie biologisch abbaubare Küchen- und Kantinenabfälle, biologisch abbaubare Garten- und Parkabfälle etc., Holz und Textilien und weitere Abfälle, z. B. Produktionsabfälle.

Ausnahmen von der Trennungspflicht sind nur für folgende Fälle vorgesehen: technische Unmöglichkeit und wirtschaftliche Unzumutbarkeit.

Noch eine Pflicht

Die grundsätzliche Pflicht zur Benutzung einer Pflichtrestmülltonne („Graue Tonne“) bleibt bestehen, es sei denn, der Abfallerzeuger weist im Einzelfall nach, dass bei ihm keine Abfälle zur Beseitigung anfallen und alle Abfälle einer dokumentierten Verwertung zugeführt werden.

Was ist zu dokumentieren? Was wird kontrolliert?

Der Abfallerzeuger/-besitzer muss durch Lagepläne, Lichtbilder, Praxisbelege wie Liefer- und Wiegescheine oder ähnliche Dokumente dokumentieren, dass er der Trennungspflicht nachgekommen ist. Die zuständige Behörde kann die Vorlage der Dokumentationen zum Nachweis der Einhaltung der Regelungen der Gewerbeabfallverordnung verlangen.

Konsequenzen

Wer die Regelungen der Gewerbeabfallverordnung missachtet, muss mit empfindlichen Bußgeldern rechnen.

GELEBTE NACHHALTIGKEIT AN DER **SAARSCHLEIFE**

Das Motto „Zukunft mit Herkunft" beschreibt den ökologischen Weg des Landhotels Saarschleife. Inhaber Michael Buchna hat einen Fahrplan bis 2030 erarbeitet und geht mit seinen Umweltmaßnahmen mit großen Schritten voran.

Fotos: TZS /phormat.de | Elke Dubois

Sanfte Hügel, grüne Wiesen, malerische Ortschaften und Bäume, so weit das Auge reicht. Schön ist es hier im Herzen des Dreiländerecks Deutschland, Frankreich, Luxemburg. In der Ortschaft Orscholz liegt das Landhotel Saarschleife, das seinen Namen vom Wahrzeichen des Saarlandes ableitet. Denn direkt vor der Vier-Sterne-Hoteltür ist das wohl bekannteste Motiv des Bundeslandes beheimatet: Der Fluss windet sich hier in einer 180-Grad-Schleife um felsiges Quarzitgestein, um dann fast parallel zurückzufließen.

Nachhaltigkeit leben

In unmittelbarer Nachbarschaft dieses Naturwunders befindet sich das in vierter Generation geführte Familienhotel. Dass sein Slogan „Zukunft mit Herkunft" nicht den Köpfen einer gut bezahlten Werbeagentur entsprungen ist, macht Chef Michael Buchna schnell klar. Beim Thema Ökologie nimmt das Hotel eine Vorreiterrolle ein – Nachhaltigkeit wird hier in vielfacher Weise gelebt. Buchna hat die Zeichen der Zeit erkannt und das ganzheitliche Hotelentwicklungsprojekt „Landhotel Saarschleife LOHAS 2030" ausgearbeitet – wobei die Abkürzung „LOHAS" übersetzt aus dem Englischen für „Lebensstil nach Gesundheit und Nachhaltigkeit" steht.

Dieses 2005 ins Leben gerufene Konzept umfasst allerlei Maßnahmen und ist bis zum Jahr 2030 ausgelegt. Schritt für Schritt werden die in diesem Papier beschriebenen ökologischen Ziele angegangen. „Nachhaltigkeit geht nicht mit einem Fingerschnippen. Sie muss langfristig geplant und sinnvoll aufgebaut werden. Blinder Aktionismus ist hier völlig fehl am Platz", betont Buchna. Er hingegen hat einen genauen Fahrplan.

Zertifikate als Zeichen der Anerkennung einer positiven Weiterentwicklung

Michael Buchna hatte sich, als er 2002 das elterliche Hotel übernahm, nicht nur für die Vergangenheit, sondern auch für die Zukunft interessiert: „Ich kann das 1935 errichtete Hotel nur weiterführen, wenn ich das Bestehende erhalte und positiv weiterentwickele." Eine glückliche Fügung durch einen befreundeten Ingenieur brachte ihn dann auf das Umweltsiegel EMAS, dem weitere Auszeichnungen folgten: eines für Ökostrom, die Zertifizierung als wanderfreundliche Unterkunft, das Varta-Siegel oder auch 2014 „ERNIE", der Gewinn eines Energieeffizienzpreises – um nur ein paar zu nennen. „Alle Zertifikate und Siegel sind aber irgendwie auch in EMAS enthalten und somit eine logische Folge davon", weiß der Hotel-Chef. Der erste Meilenstein war 2007 die Einführung des Umweltmanagementsystems EMAS1, das zum Ziel hat, die Umwelt durch eine Senkung des Energieverbrauches, der Müllmengen und des Wasserverbrauches zu entlasten. Es ist das strengste Zertifikat, das der Markt kennt. Und fragt man den Hotelier nach den Beweggründen, warum es ausgerechnet diese harte Nuss des EU-Öko-Audits sein musste, kommt wie aus der Pistole geschossen: „Ganz einfach, weil wir uns in unserer Kultur- und Naturlandschaft heimisch und eingebunden fühlen. Und sie gilt es zu erhalten."

Das Zukunftsprojekt schloss im Jahr 2014 mit der ersten Phase ab. Da waren mittlerweile EMAS2, die Weiterentwicklung des Systems, sowie die Stufen 1 und 2 von ServiceQualität Deutschland erreicht. Investiert wurde unter anderem in eine energieeffiziente Lüftungstechnik, in Wärmerückgewinnung, ein Blockheizkraftwerk sowie Thermopumpen. „EMAS2 und Q2 haben uns die notwendigen Betriebsinformationen geliefert. Und so kamen wir unseren Umweltzielen einen großen Schritt näher. Wir haben mehr Energieeffizienz geschaffen und unsere CO_2-Emission enorm verringert", erklärt der Chef von rund 50 Mitarbeitern. Das Zertifikat war eine Menge Arbeit, aber es bringe auch ungemein viel, weiß Buchna. Es zeige sehr klar, wie sich der Betrieb weiterentwickeln kann und wo man am geschicktesten investiert. Ein weiterer Vorteil: „Unser Blockheizkraftwerk kostete rund 360.000 Euro. Dieses Geld hätte ich von der Bank nie

Michael Buchna, Inhaber des Landhotels Saarschleife.

so leicht bekommen, wäre da nicht diese große Transparenz durch das Audit gewesen." Zumal die Investitionen durch Energieeinsparungen in kürzester Zeit auch wieder amortisiert werden. „Wir produzieren unseren eigenen Strom, speisen auch noch ins Netz ein und konnten unsere Energiekosten von 200.000 auf 70.000 Euro im Jahr senken", erzählt der Orscholzer.

Komplette Transparenz als wichtiger Bestandteil

Die angesprochene Nachvollziehbarkeit kommt nicht von ungefähr. Bei EMAS wird alles auf den Kopf gestellt, alle Facetten des Hotels werden durchgescannt. Das fängt beim Verbrauch der Mülltüten an, geht über die Reduzierung des Wasserverbrauches und hört bei den Maßnahmen zum Brand- oder Arbeitsschutz noch lange nicht auf. Es betrifft den fairen Handel bei den Lebensmitteln, aber auch den Einkauf von Baustoffen und Einrichtungsgegenständen. „Soll etwa ein Roastbeef aus Argentinien auf die Karte, zeigt uns eine Matrix, wie der CO_2-Ausgleich für dieses Produkt ausschaut. Der ist mies – und deswegen nehmen wir Fleisch aus der Region", unterstreicht Buchna. Der Gast begegnet den vielen Zertifikaten eher flüchtig. Das mag sicher auch daran liegen, dass Familie Buchna die Nachhaltigkeit nicht als Gästetrend versteht oder als Marketing-Tool betreibt, sondern dass sie fest in ihrer Hotel-DNA verankert ist. „Ich glaube, dass unsere Kunden auch kaum etwas mit diesen ganzen Urkunden, Siegeln und Nachweisen anfangen können. Sehr wohl kann der Gast aber die Auswirkungen der Zertifikate erfahren. Er merkt schon, dass hier in diesem Hotel etwas anders ist. Dass hier einige Dinge anders gelebt werden – er wird es nur nicht direkt mit einer Zertifizierung in Verbindung bringen."

On Top hat Buchna jetzt als erster Betrieb im Saarland das „GreenSign Level 5" erhalten, die höchste Stufe dieses anerkannten Nachhaltigkeitszertifikats für die mittelständische Hotellerie, das vor allem bei den Kunden eine gute Wahrnehmung erzielt. Die Bedeutung von Zertifikaten wird in Zukunft zunehmen, glaubt der Hotelier. Der Gast wohnt und isst bewusster. Doch Buchna warnt auch vor einer Verwässerung. „Es gibt mittlerweile schon viele Siegel, die man einfach so kaufen kann. Die erfüllen aber nicht ihren Zweck, sondern sind reine Geldmacherei. Man muss die Inhalte nachhaltig leben. Man muss komplett dahinterstehen, sonst macht es keinen Sinn", sagt der Saarländer. **> Patrick Blum**

WAS IST EMAS?

EMAS ist ein Gemeinschaftssystem für das freiwillige Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung. Die Abkürzung steht für Eco-Management and Audit Scheme. Das System wurde von der EU bereits 1993 entwickelt. Aufbau und Abläufe entsprechen der DIN EN ISO 14001. EMAS geht jedoch weit darüber hinaus: Es geht um die kontinuierliche Verbesserung der Umweltleistung unter starker Einbindung der Beschäftigten.
In der Umsetzung muss der Betrieb eine Umwelterklärung erstellen, in der die umweltrelevanten Tätigkeiten und die Daten zur Umwelt, wie Ressourcen- und Energieverbräuche, Emissionen, Abfälle etc. genau dargestellt werden. Im Prozess sind zunächst eine Umweltprüfung und dann alle drei Jahre wiederkehrende Umweltbetriebsprüfungen durchzuführen. Alle beteiligten Unternehmen werden in ein öffentliches Register eingetragen. Dabei werden alle zuständigen Umweltbehörden beteiligt, um sicherzustellen, dass keine Umweltverstöße vorliegen. Eingetragene Unternehmen dürfen dann das EMAS-Logo als Werbemittel nutzen. Das System ist ein wichtiger Baustein in der Corporate Social Responsibility (CSR) eines umweltbewussten Unternehmens. **> emas.de**

WAS IST GREENSIGN?

GreenSign ist ein Siegel für Nachhaltigkeit in der Hotellerie. Es ermöglicht die Positionierung als nachhaltiger Betrieb im nationalen und internationalen Markt. Hotels, die mit GreenSign zertifiziert sind, stehen für eine nachhaltige Hotelführung und erfüllen Kriterien im Einklang von ökologischem Anspruch, sozialem Engagement und wirtschaftlichem Erfolg. Herausgeber von GreenSign ist InfraCert – Institut für Nachhaltige Entwicklung in der Hotellerie. Die teilnehmenden Betriebe müssen 85 Kriterien eines Prüfkataloges erfüllen, die die sieben Kernbereiche für nachhaltiges Wirtschaften umfassen: „Management und Kommunikation", „Umwelt (Energie, Wasser und Abfall)", „Einkauf", „Regionalität und Mobilität", „Qualitätsmanagement und nachhaltige Entwicklung", „Soziale Verantwortung" und „Wirtschaftliche Verantwortung". Es können fünf Stufen der Zertifizierung erreicht werden. **> greensign.de**