

Bachelorarbeit zum Thema:

NACHHALTIGKEIT IN HOTEL- UND BEHERBERGUNGSBETRIEBEN

Welche Chancen und Herausforderungen bestehen bei
einer nachhaltigen Ausrichtung unter Beachtung der
Sustainable Development Goals?

Vorgelegt von:

Jaqueline Bemp

Schmerold-Holzschleife 3

83703 Gmund am Tegernsee

E-Mail: jaqueline.bemp@web.de

Telefon: 0174/8820786

Matrikelnummer: 6031309

Fachsemester: 6

Studiengang: Online-BA Tourismusmanagement

Abgabe: 14.09.2022

Erstgutachter: Prof. Dr. Enno Schmoll

Zweitgutachter: Mareke Tetz MA

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei all denjenigen bedanke, die mich während der Ausarbeitung dieser Bachelorarbeit unterstützt und motiviert haben. Zuerst gebührt mein Dank Prof. Dr. Enno Schmoll und Mareke Tetz, die meine Bachelor-Arbeit betreut und begutachtet haben. Für die hilfreichen Anregungen und die konstruktive Kritik bei der Erstellung dieser Arbeit möchte ich mich herzlich bedanken.

Ich bedanke mich weiterhin bei Christine Busch, die mir stets mit Rat zu Seite stand und für einen Austausch immer bereit war. Ein besonderer Dank gilt außerdem den interviewten Experten, ohne die diese Arbeit nicht hätte entstehen können. Mein Dank gilt ihrer Informationsbereitschaft und ihren interessanten Beiträgen und Antworten auf meine Fragen.

Ebenfalls möchte ich mich bei meiner Kommilitonin, Verena Blum, meinen Freunden und meiner Familie bedanken, die mir mit viel Geduld, Interesse und Hilfsbereitschaft zur Seite standen. Bedanken möchte ich mich für die zahlreichen Debatten und Ideen, die maßgeblich dazu beigetragen haben, dass diese Bachelorarbeit in dieser Form vorliegt. Außerdem möchte ich mich bei Ihnen allen für das Korrekturlesen meiner Bachelor-Arbeit danken.

Gendererklärung

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter und beinhalten keine Wertung.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	III
Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Einleitung	1
1.1 Aufbau der Arbeit.....	1
1.2 Methodik	2
2 Theoretische Grundlagen.....	4
2.1 Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility	4
2.1.1 Entwicklung von Nachhaltigkeit	4
2.1.2 Der Nachhaltigkeitsbegriff.....	7
2.1.3 Corporate Social Responsibility	8
2.1.4 Abgrenzung der Begrifflichkeiten.....	9
2.1.5 Greenwashing.....	9
2.1.6 Nachhaltigkeitsstrategien.....	11
2.2 Nachhaltigkeit im Tourismus.....	14
2.2.1 Relevanz von Nachhaltigkeit im Tourismus	16
2.2.2 Sanfter Tourismus.....	18
2.3 Nachhaltigkeit in der Politik.....	20
2.3.1 Sustainable Development Goals	21
2.3.2 Andere politische Beschlüsse	28
2.4 Zusammenfassung der Fakten.....	31
3 Forschungsarbeit	32
3.1 Experteninterviews	32
3.1.1 Vorgehensweise und Vorstellung	33
3.1.2 Der Nachhaltigkeitsbegriff aus Expertensicht.....	35
3.1.3 Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben aus Expertensicht.....	36
3.1.4 Chancen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben aus Expertensicht.....	38
3.1.5 Die SDGs aus Expertensicht.....	40
3.2. Handlungsempfehlungen	42
3.2.1 Sustainable Development Goals in Hotel- und Beherbergungsbetrieben	42
3.2.2 Über die SDGs hinaus.....	52
3.2.3 Theorie zur Entlastung bereits nachhaltig engagierten Hotels	54
4 Schlussbetrachtung.....	54
4.1 Beantwortung der Forschungsfrage	54
4.2 Untersuchungsbedarf.....	57

4.3 Fazit.....	59
Literaturverzeichnis	V
Anhang.....	XI
Experteninterviews.....	XI
Lena Werner - SPD, Bundestagsabgeordnete	XI
Hannes Lichtmannegger - Hotel Rehlegg	XVII
Christian Zwanziger - Bündnis 90/Die Grünen, Abgeordneter im Bayrischen Landtag	XXXI
Jana Schimke - CDU, Mitglied des deutschen Bundestags	XLIV
Ben Förtsch - Kreativhotel Luise	XLVI
GSTC-Kriterien und zugehörige Indikatoren.....	XLIX
5-Schritte-Plan im Nachhaltigkeitsmanagement nach Pufé	LVI
Eidesstaatliche Erklärung	LVII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Nachhaltigkeitstrichter nach Pufé	5
Abbildung 2 Nachhaltigkeitsmodelle	7
Abbildung 3 Suffizienz, Konsistenz und Effizienz nach Pufé	13
Abbildung 4 Globales Tourismusaufkommen nach Anzahl der Reiseankünfte in Millionen seit 1950	17
Abbildung 5: Die 17 SDGs der Agenda 2030	21
Abbildung 6 Eigene Darstellung in Anlehnung an das Statistische Bundesamt	26
Abbildung 7 Prognostizierte Überschreitung der jährlichen Klimaziele pro Sektor gemäß Bundes-Klimagesetz	27
Abbildung 8 C2C-Kreisläufe	51
Abbildung 9 Schritte zur Abfallvermeidung	52
Abbildung 10 5-Schritte-Plan nach Pufé	LVI

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Zuweisung einer ID für jeden Experten.....	33
Tabelle 2 Auflistung der Chancen und Herausforderungen	55

Abkürzungsverzeichnis

BAFA	Bundesförderung für Energie- und Ressourceneffizienz in der Wirtschaft
BEG	Bundesförderung für effiziente Gebäude
BHKW	Blockheizkraftwerk
C2C	Cradle to Cradle
CSR	Corporate Social Responsibility
DENA	Deutsche Energie-Agentur
DTV	Deutscher Tourismus Verband
DNS	Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie
ECG	Energie Consulting GmbH
EM	Einzelmaßnahmen
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
FuE	Forschung und Entwicklung
FUR	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen
GSTC	Global Sustainable Tourism Council
LOHAS	Lifestyle of Health and Sustainability
SDG(s)	Sustainable Development Goal(s)
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation

1 Einleitung

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ begegnet einem jederzeit und überall, lässt sich in jedem Kontext verwenden und wird inflationär benutzt. Die Presse hat ständig neue Schlagzeilen, die Wirtschaft setzt sich mit dem Thema auseinander und selbst beim privaten Einkaufen ist die Thematik präsent: Seien es Bio-Produkte oder spätestens, wenn zwischen der Plastik- oder der Papiertüte an der Kasse entschieden wird.

Diese wissenschaftliche Arbeit beschäftigt sich mit dem Thema „Nachhaltigkeit in Hotel- und Beherbergungsbetrieben“ und untersucht, welche Chancen und Herausforderungen bei einer nachhaltigen Ausrichtung unter Beachtung der Sustainable Development Goals bestehen. Der Begriff Nachhaltigkeit findet bei Menschen Gehör und regt zum Nachdenken an, sobald das (eigene) Verhalten überdacht wird und nachhaltiger gehandelt werden soll, stößt die Akzeptanz und Relevanz der Thematik jedoch an seine Grenzen.

¹ Um dem entgegenzuwirken, sollen mit Hilfe dieser wissenschaftlichen Arbeit Handlungsempfehlungen entstehen, die es den Hotel- und Beherbergungsbetrieben erleichtert proaktiv zu handeln und die Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) fördert.

1.1 Aufbau der Arbeit

Nachdem der Leser durch das erste Kapitel einen Überblick über die Ausgangssituation erhält, werden im zweiten Kapitel, dem Theorieteil, die Begriffe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility betrachtet. Dabei hat sich die Bedeutung des Begriffs Nachhaltigkeit im Laufe der Zeit gewandelt, weswegen es relevant ist, die Entwicklung nachvollziehen zu können. Anschließend wird versucht den Begriff Nachhaltigkeit zu definieren. Die Relevanz und Aktualität des Themas Nachhaltigkeit wird daraufhin erläutert, sowie welche Strategien es zur Umsetzung gibt. Danach wird veranschaulicht, welche Formen des Tourismus aus dem Nachhaltigkeitsgedanken entstanden sind und woher der Begriff „Sanfter Tourismus“ stammt. Außerdem soll dargestellt werden, was sich hinter sanftem Tourismus verbirgt. Nachhaltigkeit bringt allerdings nicht ausschließlich Gutes mit sich, sondern hat auch Schattenseiten, zu denen „Greenwashing“ zählt. Nachhaltigkeit von heute auf morgen einzuführen, erweist sich als schwierig, weswegen es simpler ist, sich (seinen Betrieb) nachhaltig zu vermarkten und somit den Anforderungen der Konsumenten gerecht zu werden. Es wird angenommen, dass der Nachhaltigkeitsgedanke rasant gewachsen ist und zunehmend von den Konsumenten bzw. Gästen erwartet wird, weswegen Greenwashing

¹ Vgl. Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.25.

betrieben wird. Nachdem der Begriff Nachhaltigkeit in all seinen Facetten erörtert und in Kontext zum Tourismus gesetzt wurde, folgt die Erläuterung der Sustainable Development Goals (SDGs). Nach einem allgemeinen Überblick wird jedes einzelne Ziel genauer betrachtet. Die SDGs bilden die Grundlage für den empirischen Teil und die Handlungsempfehlungen, die am Ende ausgesprochen werden. Neben den SDGs gibt es zahlreiche weitere politische Beschlüsse. In dieser Arbeit werden beispielhaft das Pariser Klimaabkommen, die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie (DNS) und das „Sustainable Tourism Programme“ der Welttourismus-Organisation der Vereinten Nationen (UNWTO) herangezogen. Nach der Vorstellung zentraler Termini rund um das Thema Nachhaltigkeit, werden die vorgestellten Aspekte kurz zusammengefasst, um auf Basis dieser Erkenntnisse in den empirischen Teil der Arbeit übergehen zu können. Der empirische Teil besteht primär aus Experteninterviews, welche in der Forschung zu den qualitativen Methoden gezählt werden. Nachdem die Ergebnisse der Experteninterviews diskutiert werden, werden die SDGs kritisch betrachtet und anhand dieser Handlungsempfehlungen ausgesprochen. In der Schlussbetrachtung erfolgt die Beantwortung der Forschungsfrage und der Untersuchungsbedarf, den diese Arbeit aufzeigt, bevor das Fazit gezogen wird.

1.2 Methodik

Über Orbis Plus, Google Scholar und Google wurde mithilfe der Suchbegriffe „Nachhaltigkeit“, „Greenwashing“, „Tourismus“, „SDGs“, „CSR“ sowie den Namen verschiedener politischer Beschlüsse recherchiert. Diese Begriffe wurden mit den Verbindungswörtern „oder“, „und“, verschiedenen Adjektiven und Präpositionen und den Wörtern „Strategie“, „Chancen“ und „Herausforderungen“ kombiniert. Ebenfalls wurden über die Stadtbibliothek Rosenheim und das Branchentreffen der Freizeitwirtschaft weitere Quellen hinzugezogen. Die Autorin dieser Arbeit tauschte sich zudem mit Christine Busch, eine bayrische Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagerin von „PurposeBean“, die die Tourismusorganisation „Schliersee-Tegernsee-Alpenregion“ unterstützt, regelmäßig aus. Besonders politische Beschlüsse, Handlungsempfehlungen verschiedener Organisationen sowie nationale, als auch internationale Quellen und Dokumentationen dienen der Recherche.

Die durchgeführten Experteninterviews werden einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring unterzogen. Unter einer Inhaltsanalyse versteht Mayring das systematische Analysieren einer protokollierten Kommunikation.¹ Er differenziert eine qualitative Analyse von einer quantitativen Analyse unter dem Aspekt, dass quantitative Analysen einen numerischen Charakter haben und qualitative Analysen alles andere sind.

¹ Vgl. *Mayring, P.*, Qualitative Inhaltsanalyse, 2015, S.13.

Dabei schließt er nicht aus, dass in qualitativen Analysen quantitative Begriffe auftreten. Im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit wurde sich für eine qualitative Inhaltsanalyse entschieden, da diese eher einen induktiven Charakter hat, während quantitative Analysen eher deduktiv sind. Beim deduktiven Vorgehen werden keine neuen Erkenntnisse gewonnen, sondern Theorien falsifiziert oder verifiziert. Indem induktiv vorgegangen wird, wird eigene Forschung betrieben und Schlussfolgerungen von Einzelfällen und Beobachtungen auf die Allgemeinheit gezogen. Zudem wird auf diese Weise die Komplexität des Themas erfasst. Durch die Interviews sollen neue Erkenntnisse gewonnen werden. Da Einzelfälle nach Mayring zufällige Substanz liefern, wurden mehrere Experteninterviews mit unterschiedlichen Stakeholdern geführt.¹ Um sich dem Thema dieser Arbeit im Rahmen der Experteninterviews strukturiert anzunähern, ist zunächst zu klären, wie und wovon das Nachhaltigkeitsverständnis geprägt ist sowie was unter dem Begriff der Nachhaltigkeit verstanden wird. Anschließend wird untersucht, was die verschiedenen Personenkreise den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit an Bedeutung zukommen lassen sowie welche Chancen und Herausforderungen die Hotel- und Beherbergungsbetriebe haben. Zusätzlich wird darauf eingegangen, was am meisten von dieser Branche vernachlässigt wird. In dem nächsten Punkt werden die Zertifizierungsmöglichkeiten thematisiert, bevor dann auf die SDGs auf Ebene der Hotel- und Beherbergungsbetriebe sowie staatliche Fördermöglichkeiten zur Umsetzung dieser vorgestellt werden. Abschließend wurde jeder Experte gefragt, was seine Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bezüglich einer nachhaltigen Ausrichtung bzw. Gestaltung ist, um einen Ausblick darauf zu gewinnen, was gewünscht wird. Die Interviews wurden mithilfe von Zoom oder als WhatsApp Sprachnotiz aufgezeichnet und anschließend transkribiert. Die Protokolle sind im Anhang vorzufinden und zeigen leichte Änderungen in den Fragen, was dadurch einhergeht, dass das Hotel bereits zertifiziert war oder die Abgeordnete in ihrem Wahlprogramm von sozialer Nachhaltigkeit spricht.

Es gibt verschiedene Beherbergungsarten. Von einem Hotel wird gesprochen, sobald mindestens ein Restaurant für Hausgäste zur Verfügung steht. Aus diesem Grund wird die Gastronomie in dieser Arbeit miteinbezogen.² Da im Hotel- und Beherbergungsgewerbe von Gästen gesprochen wird, sind die Begrifflichkeiten Konsument und Gast im Laufe dieser Arbeit synonym zu verstehen. Aus Gründen der besseren

¹ Vgl. *Mayring, P.*, Qualitative Inhaltsanalyse, 2015, S.18ff.

² Vgl. *Zöllick, G.*, Definitionen, o.J.

Lesbarkeit wird außerdem nachfolgend Hotel- und Beherbergungsbetriebe dem Begriff Hotels gleichgestellt und synonym verwendet.

Ziel dieser Arbeit ist es, das Thema Nachhaltigkeit in Hotel- und Beherbergungsbetrieben genauer zu erforschen und herauszuarbeiten, was bereits umgesetzt wird und wo Entwicklungsbedarf besteht. Dafür werden abschließend Anregungen durch Handlungsempfehlungen ausgesprochen, wie Nachhaltigkeit besser im Unternehmen implementiert werden kann.

2 Theoretische Grundlagen

Um zunächst Klarheit in die Begrifflichkeiten zu bringen, werden die Begriffe Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR) definiert und voneinander abgegrenzt, indem die Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Schnittstellen der beiden Begrifflichkeiten aufgezeigt werden. Dafür wird die Entwicklung vom Verständnis unter dem Begriff Nachhaltigkeit hinzugezogen. Die Bezeichnung Greenwashing steht ebenfalls im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit und wird definiert, sowie Merkmale zur Erkennung herausgearbeitet. Nach einem allgemeinem Überblick wird Nachhaltigkeit im Tourismus und in der Politik betrachtet, um im empirischen Teil dieser Arbeit einen Zusammenhang herzustellen.

2.1 Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility

Die Begriffe Nachhaltigkeit und CSR werden im Unternehmenskontext meist synonym verwendet. Die Entwicklung des Begriffs Nachhaltigkeit wird zunächst erläutert, um den Begriff anschließend annähernd zu erklären, denn „Nachhaltigkeit als solches, ist nicht verbindlich definiert.“¹

2.1.1 Entwicklung von Nachhaltigkeit

Hans Carl von Carlowitz prägte ursprünglich den Begriff „Nachhaltigkeit“ und zählt als Ur-Vater. Die massive Wälder-Rodung erkannte er als Missstand und war sich den langfristigen Folgen bewusst. Er war der Auffassung, dass der Wald in dem Maße verwertet werden darf, wie er reproduziert werden kann. Diese Balance bezeichnete er als nachhaltig. Inzwischen wird darunter der Umgang mit allen natürlichen Ressourcen verstanden, sodass nachfolgende Generationen nicht durch gegenwärtiges Handeln beeinträchtigt werden und die Ressourcen dauerhaft beständig bleiben.² Den Zusammenhang zwischen Ökonomie und Ökologie schaffte erstmals Carl von Linné. Er war der Auffassung, es dürfe nicht gegen die Natur gearbeitet werden,

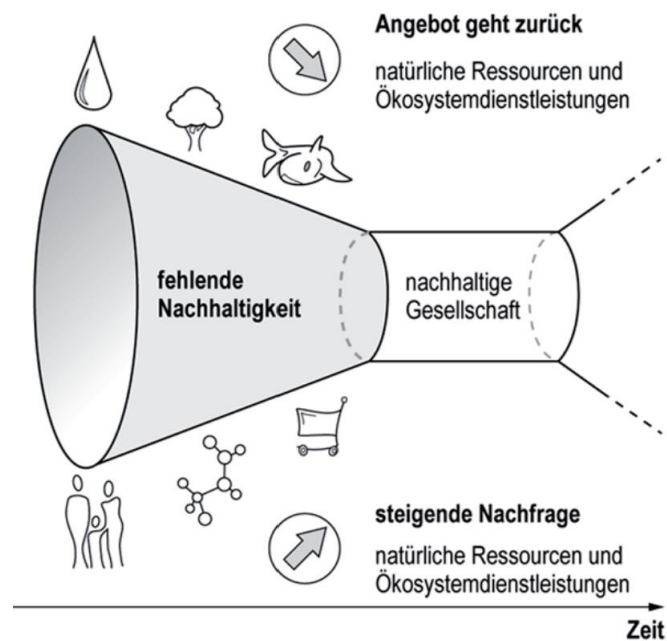
¹ Tabrizi, A., Seaspiracy, 2021, 46 min.

² Vgl. Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.37f.

sondern ihr ist Folge zu leisten. Er vertrat den Standpunkt: „Die Natur erlaubt niemandem, sie zu beherrschen“.¹

Dr. Iris Pufé beschäftigt sich als Gesellschafts- und Wirtschaftswissenschaftlerin mit den Schwerpunkten Nachhaltigkeit, Nachhaltigkeitsmanagement und Corporate Social Responsibility. Sie macht anhand eines Beispiels zur Entwicklung der Populationsdichte seit 1700 deutlich, dass das Problem in einer exponentiellen Entwicklung liegt und somit dazu führt, dass das System an seine Grenzen stößt. Im Jahr 1700 waren es etwa 500 Millionen Menschen, 1900 ca. eine Milliarde Bewohner und während ihr Buch 2017 gedruckt wurde, bereits 7,5 Milliarden Erdbewohner. Erst dauerte es 200 Jahre, um die Bewohneranzahl zu verdoppeln, während danach binnen 100 Jahren, also der Hälfte, die Anzahl versiebenfacht wurde. In Form des nachfolgenden Trichters erklärt Sie, dass Ressourcenerschöpfung und Bevölkerungswachstum zwei Variablen sind, aus denen die Notwendigkeit der Etablierung einer nachhaltigen Gesellschaft resultiert. Um der steigenden Nachfrage weiterhin nachkommen zu können, benötigt es eine Gesellschaft, die die Notwendigkeit von Nachhaltigkeit erkennt, denn wenn sie die Ressourcen vollständig erschöpft, so drückt Pufé es drastisch aus, überlebt die Menschheit nicht.²

Abbildung 1 Nachhaltigkeitstrichter nach Pufé



Quelle: Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.21.

¹ Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.38.

² Vgl. Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.20ff.

Mit der Industrialisierung Mitte des 19. Jahrhunderts trat der ökonomische Wert, also der direkte Geldertrag, in den Fokus. Die Naturgesetzmäßigkeit musste sich dem Gewinn beugen. Erst über 100 Jahre später wurden Ökologie und Nachhaltigkeit im Rahmen der ersten internationalen Konferenz der Vereinten Nation 1972 in Stockholm in Kontext zueinander gesetzt. Das Motto dieser Konferenz lautete „One Earth“ und thematisierte den Zusammenhang zwischen den Entwicklungszielen der humanen Gesellschaft und dem Umweltschutz.¹ Christian Felber wurde mit einer Vielzahl von Auszeichnungen und Preisen geehrt, darunter welche mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit und Gemeinwohl-Ökonomie. Er ist österreichischer Autor sowie politischer Aktivist und äußert sich dazu, dass die Naturgesetzmäßigkeit sich dem Gewinn beugen muss, folgendermaßen: „Nachhaltigkeit und Wirtschaft können nur dann in Einklang gebracht werden, wenn das Ziel des Wirtschaftens ein anderes wird als das der Mehrung des Kapitals.“² Martin Balas ist selbst im Tourismus tätig und hat sich in seiner beruflichen Karriere mehrere Jahre mit Nachhaltigkeitsmanagement stark auseinandergesetzt. Sein Engagement betreffend Nachhaltigkeit ist noch immer groß.³ Er verdeutlicht, dass in den 1970er Jahren die Nachhaltigkeitsdebatte den Tourismus erreichte, denn es wurde bewusst, dass der Tourismus massive negative Auswirkungen im ökologischen und sozialen Bereich mit sich bringen kann. Aus diesem Bewusstsein heraus entstand das Konzept des „Sanften Tourismus“, der in Kapitel 2.2.2 genauer betrachtet wird.⁴

1987 befasst sich die Politik im Brundtland-Bericht erstmals mit dem Konzept der nachhaltigen Entwicklung. Sein offizieller Titel lautet „Our Common Future“ bzw. übersetzt „Unsere gemeinsame Zukunft“. Dieser Bericht gilt als Symbol des internationalen Nachhaltigkeitsdiskurses und ist in drei Teile aufgeteilt. Während im ersten Teil die gemeinsamen Probleme geschildert werden, folgen anschließend die gemeinsamen Herausforderungen und schließlich gemeinsame Anstrengungen.⁵ Darin wird nachhaltige Entwicklung folgendermaßen definiert: „Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die gewährleistet, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen, als gegenwärtig lebende.“⁶

¹ Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S.39f.V.m; *Balas, M./Strasdas, W.*, Nachhaltigkeit, 2018.

² *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S.5; i.V.m. Vgl. *Felber, C.*, Über Christian Felber, o.J.

³ Vgl. *Balas, M.*, Über Martin Balas, o.J.

⁴ Vgl. *Balas, M./Strasdas, W.*, Nachhaltigkeit, 2018, S.17.

⁵ Vgl. *Malangré-Baldin, R.*, Brundtland, o.J.

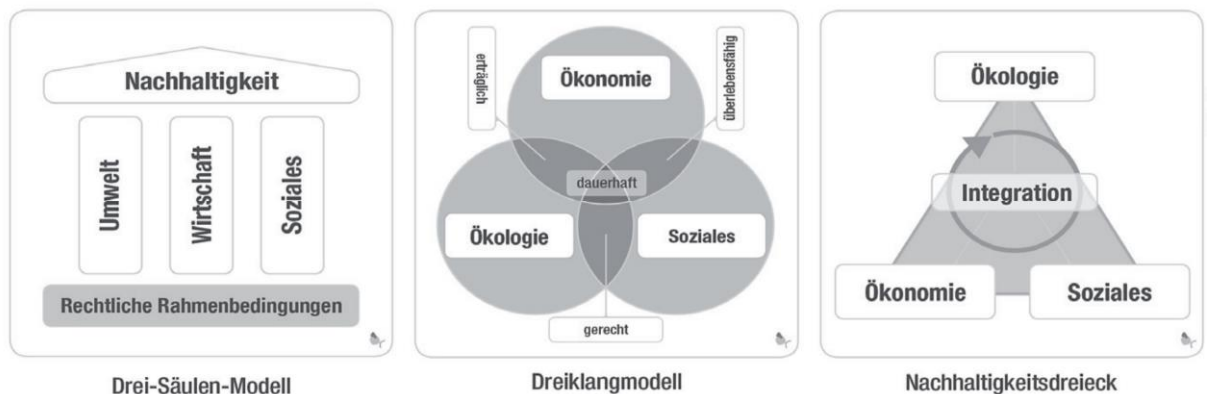
⁶ Brundtland-Bericht zitiert nach *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S.42; i.V.m. Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeitsmanagement, 2012, S.14.

2.1.2 Der Nachhaltigkeitsbegriff

Wie bereits angedeutet, ist „Nachhaltigkeit als solches, [...] nicht verbindlich definiert.“¹ Außerdem ist „nachhaltig“ keine gesetzlich geschützte Bezeichnung, anders als „Bio“.² Vielmehr gibt es verschiedene Erklärungsansätze. In der Dokumentationsreihe *Seaspiracy* wird in einem Gespräch mit EU-Commissioner Karmenu Vella folgender Erklärungsversuch angebracht: „Stellen Sie sich vor Sie haben Geld auf einer Bank. Ein Kapital von, sagen wir 100 Euro. Diese 100 Euro, also ihr Kapital, wirft Zinsen ab. Solange Sie nur diese Zinsen einnehmen und ausgeben, ohne ihr Kapital anzufassen, spricht man von Nachhaltigkeit.“³

Pufé beschreibt Nachhaltigkeit als „ein ressourcenökonomisches Prinzip, das gewährleistet, ein System in seiner Funktionsweise dauerhaft aufrechtzuerhalten.“⁴ Der Begriff wird in verschiedenen Kontexten verwendet (z.B. Energie, Ernährung, Werbung u.v.m.), sodass ihm keine eindeutige Definition zugeschrieben werden kann.⁵ Zusätzlich zum ressourcenökonomischen Prinzip stellt sie in den Modellen von Nachhaltigkeit die Begriffe Umwelt, Wirtschaft und Soziales in Zusammenhang, was die Vielseitigkeit des Begriffs verdeutlicht.⁶ Pufé stellt drei Modelle vor, die in der nachstehenden Abbildung dargestellt werden.

Abbildung 2 Nachhaltigkeitsmodelle



Quelle: Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.115.

Das Drei-Säulen-Modell erfährt oft die Kritik, nicht jeder Säule komme die gleiche Relevanz zu, sondern wenn eine Säule wegfällt, würde das Dach *Nachhaltigkeit* bei

¹ Tabrizi, A., *Seaspiracy*, 2021, 46 min.

² Vgl. Schulz, C., *Nachhaltig*, 2020, S.85.

³ Tabrizi, A., *Seaspiracy*, 2021, 47 min.

⁴ Pufé, I., *Nachhaltigkeit*, 2017, S.20.

⁵ Vgl. Tabrizi, A., *Seaspiracy*, 2021, 46min.i.V.m.; Pufé, I., *Nachhaltigkeit*, 2017.

⁶ Vgl. Pufé, I., *Nachhaltigkeit*, 2017, S.37f.

genug Stärke weiterhin getragen werden. Zudem wird kritisiert, dass der Umwelt als Grundvoraussetzung zu wenig Bedeutung zukommt. Das Dreiklangmodell, auch Schnittmengenmodell genannt, soll veranschaulichen, dass alle drei Säulen ineinandergreifen. Die Überlappungen zeigen, dass ein großer Zusammenhang immer zwischen zwei der drei Bereichen besteht. Ziel ist es allerdings die Überlappung aller drei Bereiche zu maximieren. Beide Modelle wurden im Nachhaltigkeitsdreieck vereint und weiterentwickelt. Das Dreieck verdeutlicht die gegenseitige Abhängigkeit voneinander und strebt nach dem großen Ganzen. Allen drei Bereichen kommt dabei die gleiche Wichtigkeit zu. Der Zirkel innerhalb des Dreiecks veranschaulicht die Verbundenheit der Bestandteile miteinander.¹

2.1.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility bedeutet übersetzt: gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens. Diese Verantwortung gilt gegenüber der Umwelt und der gesamten Wertschöpfungskette, dazu gehören Mitarbeiter, Geschäftspartner, die Region u.v.m.. Es geht darum, dass das Unternehmen in seiner Strategie soziale, ökonomische und ökologische Ziele verfolgt. Für CSR gibt es ebenfalls keine verbindliche Definition, allerdings erklärte die EU-Strategie, dass „die Verantwortung von Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft“² darunter zu verstehen ist.³ Die bereits angeführten Nachhaltigkeitsmodelle von Pufé lassen sich auf die CSR anwenden. Vielmehr basiert CSR auf den drei Säulen Umwelt, Soziales und Ökonomie. Es bietet sowohl den Unternehmen als auch den Gästen einen Mehrwert durch mehr Transparenz, Stärkung der Innovationsfähigkeit, Leisten eines Beitrags zur nachhaltigen Entwicklung, ökonomische Ersparnisse usw..⁴

CSR kann unterschiedlich umgesetzt werden, relevant ist allerdings, dass CSR ein Teil der Unternehmensphilosophie ist und sich das Unternehmen zumindest mit bestimmten Aspekten von CSR identifiziert. Eine Möglichkeit, um CSR umzusetzen, die das Bundesministerium empfiehlt, ist eine Analyse. Zunächst wird der Ist-Zustand festgestellt und analysiert. Daraufhin werden die Ziele formuliert und anschließend der Weg zur Erfüllung der Ziele beschrieben. Hilfreich dabei ist es, die Stärken und Schwächen, Möglichkeiten und Hürden zu identifizieren, auch SWOT-Analyse genannt. Internationale Standards finden bei CSR Anwendung, dazu gehört die Einhaltung der Menschenrechte, bei der die Leitlinie „UN-Guiding Principles on Business and Human Rights“ unterstützt, während die „Internationale Arbeitsorganisation“ die

¹ Vgl. Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.115 ff.

² Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, Erfolgreich, 2012.

³ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, Erfolgreich, 2012, S.7.

⁴ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, Erfolgreich, 2012, S.10ff.

Arbeits- und Sozialstandards festlegt. Unternehmen die CSR-Managementsysteme einführen, verpflichten sich freiwillig über gesetzliche Vorgaben hinauszugehen. Ihre Fortschritte und Aktivitäten halten Unternehmen in einem CSR- oder Nachhaltigkeitsbericht fest.¹ Unterschiedliche Initiativen wurden dahingehend entwickelt, im Rahmen dieser Arbeit soll einzig die „CSR-Idee“ betrachtet werden.

2.1.4 Abgrenzung der Begrifflichkeiten

Der Begriff Nachhaltigkeit wird für Umwelt- und Klimaschutz ebenso verwendet wie für soziale Belange. Ursprünglich verstand sich darunter das ressourcenökonomische Prinzip. Über die Jahre hat sich die Bedeutung hinter dem Wort entwickelt und wurde zu einem populären Begriff, sodass die Bedeutung in Kontext zu setzen und eine einheitliche Definition zu erhalten, nicht möglich ist. Einerseits geht es um den ökologischen Aspekt, der sich besonders durch das ressourcenökonomische Prinzip manifestiert hat, andererseits wird von sozialer und ökonomischer Nachhaltigkeit gesprochen. Folgendes Zitat beschreibt die Vielseitigkeit des Begriffs Nachhaltigkeit zutreffend: „Die Bedeutung eines Wortes ist sein Gebrauch in der Sprache.“ Ludwig Wittgenstein

CSR hingegen ist aus dem Nachhaltigkeitsgedanken entstanden, befasst sich explizit mit der Verantwortung eines Unternehmens für seine Auswirkungen hin zu einer nachhaltigen Entwicklung und basiert auf den drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales.² Nachhaltigkeit und CSR haben nach den ausführlichen Erläuterungen eine achtenswerte Schnittmenge und sind nach Schneider „im Sinne der Ganzheitlichkeit zusammengewachsen.“³ Sie sind im betriebswirtschaftlichen Aspekt als gleichwertige Begriffe zu verstehen, die sich gegenseitig bedingen. Diese Arbeit nutzt die Begriffe synonym, da die Literaturrecherche zeigt, dass sie nicht umfassend abgegrenzt, sondern zumeist synonym verwendet werden.

2.1.5 Greenwashing

In den 1980er Jahren entstand durch den Umweltschützer Jay Westerveld der Begriff Greenwashing, was ins Deutsche übersetzt „Grün waschen“ bedeutet. Bei einer Urlaubsreise auf den Fidschi-Inseln fielen ihm Karten eines Resorts auf, die ihre Gäste aufforderte ihre Handtücher wiederzuverwenden, weil sich das Resort um das empfindliche Ökosystem und die Korallenriffe Sorge. Dabei verschwieg das Resort seine Absicht durch weniger Wäsche seine Kosten zu senken und die Gewinne zu

¹ Vgl. *Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend*, Erfolgreich, 2012, S.19ff.

² Vgl. *Balas, M./Strasdas, W.*, Nachhaltigkeit, 2018, S.18 i.V.m. Vgl. *Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend*, Erfolgreich, 2012, S.7.

³ *Schneider, A.*, Reifegradmodell, 2012, S.26.

maximieren. Mit diesen Gewinnen wurde beabsichtigt in der Nähe der gefährdeten Korallenriffe Bungalows zu errichten. Anhand dieses Beispiels erklärt Westerveld, dass unter dem Bewerben „nachhaltiger“ Projekte, die eine geringe, bis keine Auswirkung haben und vielmehr der Gewinnmaximierung dienen sowie von weniger nachhaltigen Praktiken ablenken, Greenwashing verstanden wird.¹ Nick Lin-Hi, ein Professor für Wirtschaft und Ethik, beschreibt Greenwashing etwas einfacher. Lin-Hi erklärt Greenwashing als einen Versuch von Organisationen mit Hilfe von Marketing, Kommunikation und Einzelmaßnahmen ein „grünes Image“ zu erlangen, ohne im operativen Bereich dementsprechend zu agieren. Zudem weist Lin-Hi darauf hin, dass der Begriff nicht mehr ausschließlich für proklamierte Umweltfreundlichkeit verwendet wird, sondern auch für suggerierte Unternehmensverantwortung.²

Der Hotelbranche wird nachgesagt den Begriff geprägt zu haben, allerdings gab es auch andere Unternehmen, die Greenwashing betrieben haben, z.B. die Ölfirma Chevron.³ Der Erfolg und die Einfachheit von Greenwashing damals lag darin, dass Konsumenten nur schwer auf alle Informationen zugreifen konnten, während Unternehmen alle Mittel haben, sich als ein um die Umwelt sorgendes Unternehmen zu vermarkten, während sie nicht nachhaltig handelten. Im Jahr 2015 wurde schließlich erkannt, dass Konsumenten eine höhere Zahlungsbereitschaft haben, wenn das Produkt nachhaltig hergestellt wurde. Gleichzeitig mit dieser Erkenntnis gestaltet sich Greenwashing zunehmend komplexer, was u.a. daran liegt, dass immer mehr Themen mit dem Nachhaltigkeitsgedanken verknüpft werden.⁴

Das Erkennen von Greenwashing stellt aufgrund der Komplexität eine Herausforderung dar. Eindeutige Merkmale lassen sich Greenwashing nicht zuschreiben, allerdings wird geraten bestimmte Aspekte kritisch zu hinterfragen.⁵ Begriffe, wie z.B. „Ökohotel“, haben im Laufe der Zeit ihre Bedeutung verändert. Damals verstand sich darunter, dass die Beherbergungsstätte naturnah gelegen war. Inzwischen wird darunter eine Unterkunft verstanden, die die Umwelt geringstmöglich beeinträchtigt und umweltfreundlich gestaltet ist.⁶ Hinweise auf Greenwashing können sein: die Verwendung von nicht eindeutig definierten Begrifflichkeiten, wie z.B. nachhaltig, natürlich usw., vage Aussagen bzw. ungenaue Formulierungen, das Hervorheben und

¹ Vgl. *Watson, B.*, Greenwashing, 2017; i.V.m. Vgl. *Usborne, S.*, Greenwashing, 2022.

² Vgl. *Lin-Hi, N.*, Definition, 2021.

³ Vgl. *Usborne, S.*, Greenwashing, 2022.

⁴ Vgl. *Watson, B.*, Greenwashing, 2017, S.38.

⁵ Vgl. *Henle, F./Stadler, S.*, Greenwashing erkennen, 2021; i.V.m. Vgl. *Beck, M.*, Greenwashing, 2021.

⁶ Vgl. o.A., Handbuch, 2021, S.12f.i.V.m. S.9.

Übertreiben einzelner Maßnahmen, bspw. das Einführen einer „Conscious“¹-Linie. Besonders durch letzteres wird die Aufmerksamkeit auf etwas nachhaltiges gelenkt, diese Maßnahme steht aber nicht zwangsläufig für das ganze Unternehmen. Hierbei muss festgehalten werden: Nachhaltiger ist nicht gleich nachhaltig. Im Marketing wird mit optischen Täuschungen gearbeitet, um ein Produkt als nachhaltig zu vermarkten. Menschen assoziieren mit Farbtönen wie grün, braun und weiß Nachhaltigkeit, weil es einen „Natur-Look“ kreiert. Die Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist ein weiterer nennenswerter Aspekt. Es wird mit „natürlichen Inhaltsstoffen“ geworben, zu denen Wasser zählt oder ein Produkt wird von Stoffen freigesprochen, die bereits seit Jahren gesetzlich verboten sind. Demnach gilt es stets aufmerksam zu sein und Produkte einer kritischen Betrachtung zu unterziehen.² Aussagen, die nicht vom Endkonsumenten geprüft werden können und Produkte, die wegen einer einzigen umweltfreundlichen Eigenschaft vermarktet werden, wie z.B. die Verwendung von 100 Prozent natürlichem Honig in einem Duschgel, wobei der Honiganteil selbst gering ausfällt, sind ebenfalls Indizien für Greenwashing.³ Eine weitere Greenwashing-Methode ist der Vergleich eines Produkts mit einem weniger umweltfreundlichen Produkt, so dass ersteres besser in Szene gesetzt wird.⁴

Mit dem zunehmendem Bewusstsein der Gesellschaft wird es für Unternehmen zunehmend riskanter Greenwashing zu betreiben. Konsumenten informieren sich mehr und die Konsequenzen von Greenwashing sind erheblich, dazu zählen Reputationsschäden, zusätzliche finanzielle Kosten für Unternehmen und die öffentliche Bloßstellung. Dennoch besteht das Problem Greenwashing weiterhin.⁵

2.1.6 Nachhaltigkeitsstrategien

Wie später noch ausführlicher erläutert wird, braucht es, um alte Gewohnheiten durch neue Gewohnheiten zu ersetzen, stets eine Strategie und so ist es auch bei der nachhaltigen Ausrichtung. Um einen Prozess innerhalb eines Unternehmens oder gar den ganzen Betrieb nachhaltiger zu gestalten, benötigt es eine Strategie.⁶ Unter dem Begriff Strategie versteht sich die Planung verschiedener Maßnahmen, um die langfristigen Ziele zu verwirklichen.⁷ Unternehmen entwickeln immer wieder Strategien, um erfolgreich zu sein, dafür wird auf Methoden der Marktforschung sowie des

¹ Definition: Conscious (engl.) bedeutet bewusst

² Vgl. Henle, F./Stadler, S., Greenwashing erkennen, 2021.

³ Vgl. Koch, M., Greenwashing Definition, 2019.

⁴ Vgl. Felschen, C., Regeln gegen Greenwashing, 2022.

⁵ Vgl. Osborne, S., Greenwashing, 2022.

⁶ Vgl. Buhrow, T./Moll, S., Gewohnheiten, 2022.

⁷ Vgl. Gillenkirch, R., Strategie, 2018.

Risikomanagements zurückgegriffen, um auf Veränderungen frühzeitig reagieren und Gefahren minimieren zu können.¹ Pufé unterscheidet drei grundlegende Strategien bezüglich Nachhaltigkeit: Konsistenz, Effizienz und Suffizienz.²

Dabei ist, nach Pufé, zunächst das Suffizienz-Prinzip zu beachten. Es zielt auf die Senkung des Anspruchsniveaus auf den Aspekt der Genügsamkeit ab. Demnach wird eine Selbstbegrenzung vorgenommen und gewisse Obergrenzen werden respektiert. Nicht nachhaltige Produkte sollen dabei durch nachhaltige Produkte substituiert werden. Auch die Reduktion ist ein Prinzip im Rahmen der Suffizienz, welches der Nachhaltigkeit dient, z.B. durch eine kollektive Produktnutzung wie Carsharing, bei dem sich mehrere Menschen ein Fahrzeug teilen.³

Nachdem die Suffizienz gesteigert wurde, kann die Konsistenz erhöht werden, dabei wird die Wirksamkeit durch Nutzung von Kreislaufprozessen verbessert, indem die Natur imitiert wird. Die Natur verwendet Kreisläufe und verschwendet nichts, es entstehen nicht einmal Abfälle in der Natur. Kriterium dieser Strategie ist, dass im Sinne eines geschlossenen Kreislaufs gedacht, gehandelt und produziert wird. Der Abfall eines bereits produzierten Produkts ist Ausgangsmaterial für das nächste Produkt, dafür soll sich an der Natur orientiert werden. Das „Cradle to Cradle“⁴ Prinzip soll das Implementieren einer Kreislaufwirtschaft vereinfachen und wird nachher im Rahmen des SDG 12 im Kapitel 2.3.1 näher erläutert.⁵

Die dritte Strategie lautet Effizienz. Sie beschäftigt sich mit der Maximierung der Wirtschaftlichkeit durch höhere Ressourcenproduktivität. Mittels technischer Fortschritte soll der Ressourceneinsatz optimiert werden. Diese Strategie wird in Unternehmen aufgrund der einfachen Umsetzung oftmals bevorzugt. Es wird versucht das Input-Output Verhältnis so zu gestalten, dass der Betrieb am meisten davon hat, also indem mit möglichst wenig Input der gleiche Output erzielt wird oder bei gleichem Input mehr Output erfolgt. Bei diesem letzten Prinzip wird kritisiert, dass Konsumenten vermehrt dazu neigen, die effizienzbedingten Produkte häufiger zu ersetzen, weil sie günstiger angeboten werden können. Verbesserte Material- oder Energieeffizienz kehrt wieder zurück, dies wird auch Rebound-Effekt genannt.⁶ Das nachfolgende Schaubild setzt die drei Nachhaltigkeitsstrategien nach Pufé in Zusammenhang:

¹ Vgl. *Augsbach, G.*, Tourismus, 2020, S.34.

² Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S.123.

³ Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S.124ff.

⁴ Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S.126.

⁵ Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S126.

⁶ Vgl. *Pufé, I.*, Nachhaltigkeit, 2017, S126 ff.

Abbildung 3 Suffizienz, Konsistenz und Effizienz nach Pufé

Nachhaltigkeitskriterium: zeitliche und räumliche Übertragbarkeit von Lebens- und Wirtschaftsstile			
<ul style="list-style-type: none"> • Durchlaufmenge an Material & Energie auf ein ökologisch und sozial tragfähiges, dauerhaftes und übertragbares Niveau senken • anthropogene Aktivitäten an ökologisch-soziale Erfordernisse anpassen 			
Effizienz		Suffizienz	
Produktivität steigern, um dasselbe Resultat mit geringerem Ressourceneinsatz zu erzielen		Sparsame Konsumstile, "gut leben statt viel haben", "simple living, high thinking", Downsizing, Entschleunigung	
Drei-Liter-Auto, Hybrid		Carsharing, ÖPNV	
Ressourcen		Abfälle	
Produktion		Konsum	
		Prinzipien der Natur und Abläufe der Biosphäre kopieren, Kreislaufwirtschaft, Abfälle als Wertstoffe	
		Biokraftstoffe	

Quelle: Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.130.

Das Umweltbundesamt hat ebenfalls Strategien, bzw. Handlungsgrundsätze für eine nachhaltige Entwicklung definiert. Die erste ist dabei die Regeneration. Dabei dürfen erneuerbare Ressourcen im Rahmen der Regenerationsfähigkeit, wie Carlowitz es einst aufzeigte, genutzt werden. Die zweite Regel ist die Substitution. Diese Regel wird von Pufé im Rahmen der Suffizienz aufgefasst. Unter Substitution versteht sich das Ersetzen eines nicht nachhaltigen Produkts durch ein nachhaltiges Produkt, z.B. ein Plastik-Strohalm wird durch einen Papier-Strohalm substituiert. Als nächster Ansatz wird der assimilatorische Aspekt angeführt, bei dem es darum geht, dass Emissionen aus assoziierten Prozessen die Aufnahmefähigkeit der natürlichen Systeme nicht überschreiten dürfen. Wie sich im nachfolgenden Kapitel zeigen wird, entspricht diese Regel dem Ziel klimaneutral zu werden. Darüber hinaus wird von der Vermeidung als vierte Managementregel gesprochen. Sie wurde im Sinne des Vorsorgeprinzips formuliert und versteht die Vermeidung von Gefahren für Mensch und Gesundheit.¹ Während die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie dem Begriff Vermeidung vielmehr die Bedeutung von Recycling durch das Entwickeln einer Kreislaufwirtschaft, Ressourceneffizienz und sowohl die Vermeidung als auch eine verantwortungsvolle Entsorgung von Abfall zuschreibt.²

¹ Vgl. *Valentin Tappeser, D. W.*, Managementregeln, 2017, S.21f.

² Vgl. *Mumm, G.*, dt. Nachhaltigkeitsstrategie, 2016, S.17.

Pufé entwickelte darüber hinaus einen 5-Schritte-Plan zur Umsetzung eines Nachhaltigkeitsmanagementsystems. Zunächst erfolgt eine Situations- und Stakeholder-Analyse, bei der der Ist-Zustand ermittelt wird, um daraufhin einen Soll-Zustand zu bestimmen und mithilfe einer Nachhaltigkeitsstrategie zu erreichen. Im dritten Schritt reiht sich die Umsetzung und Erfassung eines Maßnahmenkatalogs an, bevor es dann in die interne und externe Information durch nachhaltige Kommunikation übergeht. Abschließend werden die Messung und Kontrolle der Fortschritte vorgenommen. Eine detaillierte Abbildung des 5-Schritte-Plans befindet sich im Anhang, sodass im Rahmen dieser Arbeit nicht näher darauf eingegangen werden muss.¹

2.2 Nachhaltigkeit im Tourismus

Die Tourismusbranche erkannte, dass das touristische Produkt durch die Umweltqualität beeinflusst wird und begann in den 1990er Jahren im Tourismus die freiwillige Umsetzung von Umweltschutz, die so weit an Bedeutung gewann, dass 1995 die „World Conference on Sustainable Tourism“ stattfand und die „Charter for Sustainable Tourism“ festlegte. In dieser Charter wird an die Regierungen nach mehr Nachhaltigkeit appelliert. „Green Globe“ wurde als erstes touristisches Zertifizierungssystem bez. Nachhaltigkeit entwickelt, sowie die „Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry“ beschlossen, bei der der Klimaschutz im Fokus steht. Zunächst rückte das Umweltbewusstsein aufgrund der Globalisierung in den Hintergrund, aber „Konzepte wie Corporate Social Responsibility und Qualitätsmanagement nahmen an Bedeutung zu.“²

In einer Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) bereits von 1992 wird festgestellt, dass die Natur erleben das dritt wichtigste Reismotiv darstellt. „Aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel“ ist das größte Reismotiv, dicht gefolgt von „Abschalten, Ausspannen“.³ Die Natursehnsucht war bereits eines der frühen Reismotive.⁴ Der Stellenwert der Natur ist demnach immens für Touristen. Aus der Analyse und bereits angeführter Literatur lässt sich ableiten, dass im Tourismus hinsichtlich Nachhaltigkeit vor allem der Schutz der Natur verstanden wird, da es das Reismotiv ist, dass die anderen, z.B. „Abschalten, Ausspannen“; „Frische Kraft sammeln“; „aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel“, mit sich bringt, bzw. beeinflusst.⁵ Die zunehmende Relevanz von Nachhaltigkeit und die Entwicklung

¹ Pufé, I., Nachhaltigkeitsmanagement, 2012, S.77 ff.

² Balas, M./Strasdas, W., Nachhaltigkeit, 2018, S.18.

³ Vgl. Kliem, T., Reismotive, 2003, S.17.

⁴ Vgl. Bleifuß, A., Nachhaltig Reisen, 2018, S.23; i.V.m. Vgl. Kliem, T., Reismotive, 2003, S.17.

⁵ Vgl. Kliem, T., Reismotive, 2003, S.17ff.

des Begriffs, bringen dabei verschiedene Tourismusformen, wie den „Sanften Tourismus“, und Zielgruppen, z.B. LOHAS, hervor, auf die später näher eingegangen wird.

Anfang des 21. Jahrhunderts setzte sich der Global Sustainable Tourism Council (GSTC) mit der Definition des Begriffs „Nachhaltiger Tourismus“ auseinander und definierte Mindeststandards, die im Anhang detailliert aufgelistet werden. Sie werden regelmäßig bearbeitet und beschäftigen sich mit den Themengebieten: „effektive nachhaltige Tourismusplanung, Maximierung von sozialem und ökonomischem Nutzen für die lokale Bevölkerung, Förderung von kulturellem Vermächtnis und Reduzierung der negativen Einflüsse auf die Umwelt.“¹ Dem Tourismus wird bezüglich des Klimawandels große Verantwortung aufgrund seines internationalen Charakters zugesprochen und durch die Publikationen des Weltklimarats kritischer betrachtet. Im zweiten Jahrzehnt entwickelte die UNWTO, dass „Sustainable Tourism Programme“, welches auf nachhaltige Wirtschaftskreisläufe innerhalb der globalen Tourismusbranche abzielt und im Verlauf der Arbeit genauer betrachtet wird. Regionalität, Fairtrade und biozertifizierte Produkte sind ein wichtiger Bestandteil. Leitfäden und -sätze wurden 2012 vom Deutschen Tourismusverband (DTV) zur Implementierung entwickelt. Darin werden die Ziele zur nachhaltigen Entwicklung und die Forderungen zum Begrenzen, Gestalten und Erhalten im Tourismus festgehalten. Schließlich wurde im Jahr 2015 die Agenda 2030 beschlossen und hält 17 SDGs fest, die in Kapitel 2.3.1 thematisiert werden. Sie dienen als globale Nachhaltigkeitsstrategie und sind nicht tourismusspezifisch verfasst.²

Der Tourismus ist von verschiedenen Einflüssen geprägt, seien es gesellschaftliche, wirtschaftliche, staatliche oder Umwelteinflüsse u.v.m.. Besonders der Umwelteinfluss wie Biodiversität, die Landschaft oder das Klima prägen das touristische Angebot, auch ursprüngliches Angebot genannt. Es ist im Tourismus essenziell die Natur aufrecht zu erhalten, da die Branche davon profitiert. Mit der Ausweitung der Begriffsbedeutung von Nachhaltigkeit, wurde das CSR-Konzept in den verschiedenen Betrieben, darunter auch Hotel- und Beherbergungsbetriebe, implementiert und spielt eine erhöhte Bedeutung. Gäste fragen zunehmend nach Nachhaltigkeit und initiieren somit die Entwicklungen im Tourismus, was auch bedeutet, dass das Nachhaltigkeitsverständnis des Gastes diese Entwicklung beeinflusst.³

¹ Mandziuk, G., GSTC, 2016.

² Vgl. Balas, M./Strasdas, W., Nachhaltigkeit, 2018, S.17ff.

³ Vgl. Augsbach, G., Tourismus, 2020, S.5 ff. nach Freyer; Vgl. Bleifuß, A., Nachhaltig Reisen, 2018, S.43ff; i.V.m. Vgl. Schulz, C., Nachhaltigkeit, 2020, S.20ff.

2.2.1 Relevanz von Nachhaltigkeit im Tourismus

Nachhaltigkeit zielt auf die „Sicherung der menschlichen Existenz, Bewahrung der globalen ökologischen Ressourcen als physische Lebensgrundlage, Erhaltung des gesellschaftlichen Produktivpotenzials, Gewährleistung der Handlungs- und Entwicklungsmöglichkeiten heutiger wie künftiger Generationen weltweit“¹ ab. Durch den globalen Charakter und die zahlreichen Einflüsse, die dem Tourismus gegeben sind, hat Tourismus einen Einfluss auf Nachhaltigkeit. Tourismus findet global statt, ermöglicht zahlreiche Arbeitsplätze weltweit und dieser Wirtschaftssektor ist umfangreich, aber auch ressourcen- und emissionsintensiv.²

Es wurde bereits angeführt, welche Wandlung der Begriff Nachhaltigkeit erlebt hat. Der Tourismus hat sich im Laufe der Zeit ebenfalls entwickelt. Das Reisen begann in Form von Geschäftsreisen. Händler zogen mit ihrer Ware von Ort zu Ort. Der moderne Tourismus, also ein selbstbestimmtes, freizeitorientiertes Reisen, entwickelte sich hingegen Mitte des 19. Jahrhunderts. Reisen wurde zu einem Privileg der höheren gesellschaftlichen Schichten und war ein Statussymbol. Die fortschreitende Entwicklung der Industrie sowie der Zugewinn von Freizeit, vor allem bei der unteren Gesellschaftsschicht, demokratisierte das Reisen, womit die Tourismuswirtschaft sich als einer der größten Wirtschaftssektoren etablierte.³

Die Bundesregierung sieht „nachhaltig wirtschaften als Chance für alle“⁴ und definiert sechs Konsumbereiche, bei denen ihrer Meinung nach das größte Entwicklungspotenzial bezüglich Nachhaltigkeit vorzufinden ist. Dazu zählen neben Mobilität, Ernährung, usw. auch Tourismus und Freizeit.⁵ Jeder zehnte Arbeitsplatz hängt vom Tourismus ab, die Tourismusbranche erwirtschaftet ca. zehn Prozent des Bruttoinlandsprodukts und stellt eine wichtige Devisenquelle dar.⁶

Die Tourismusbranche wächst schneller als die Weltwirtschaft oder der internationale Handel, weswegen der Ressourcenumgang bedacht werden muss.⁷ Das unten angeführte Diagramm veranschaulicht, wie rasant das globale Tourismusaufkommen wächst. Während im Jahr 1950 weltweit 25 Millionen Reiseankünfte verzeichnet wurden, waren es bereits 386 Millionen im Jahr 1985 und 2019 fast 1,5 Milliarden

¹ Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.22.

² Vgl. Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.22ff. i.V.m. Vgl. Dreyer, A., Tourismuswende, 2016, S.5f.

³ Vgl. Bleifuß, A., Nachhaltig Reisen, 2018, S.23 ff.i.V.m.; Vgl. Balas, M./Strasdas, W., Nachhaltigkeit, 2018, S.17.

⁴ Kaiser, U., Nachhaltig wirtschaften, 2022.

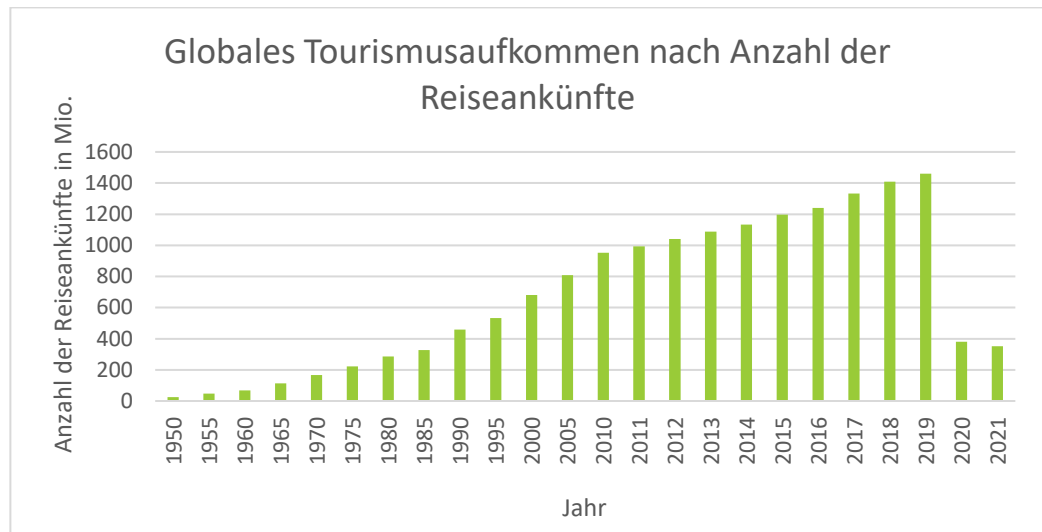
⁵ Vgl. Kaiser, U., Konsum und Produktion, 2019.

⁶ Vgl. Jäger, L., Riskante Abhängigkeit, 2019.

⁷ Vgl. Augsbach, G., Tourismus, 2020, S.26.

Reiseankünfte weltweit. Der anschließende Einbruch der Reiseankünfte hängt mit der Corona-Pandemie zusammen und soll an dieser Stelle nicht weiter vertieft werden. Bis zum Jahr 2030 werden von der UNWTO sogar 1,8 Milliarden internationale Touristenankünfte erwartet.¹ Inzwischen unternehmen allein Deutsche etwa 70 Millionen Urlaubsreisen jährlich.²

Abbildung 4 Globales Tourismusaufkommen nach Anzahl der Reiseankünfte in Millionen seit 1950



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an das Worldwatch Institute und die UNWTO, Tourismusaufkommen, 2022.

Umweltprobleme, wie z.B. Klimawandel oder Verlust von Artenvielfalt und damit einhergehende soziale Herausforderungen, wie Armut und Hungersnot, sind starke Push-Faktoren, also Argumente von einer nicht nachhaltigen Aktivität aufgrund seiner schädlichen Wirkung abzusehen und nachhaltig zu agieren. Dem gegenüber stehen die Pull-Faktoren, die Anreize schaffen, sich dem Thema Nachhaltigkeit mehr anzunehmen. Politik widmet sich dabei der „Ressourcen- und Existenzbasis“, Nichtregierungsorganisationen (NGO) nehmen sich Themen an, die von der Politik vernachlässigt werden und Wirtschaftsakteure sehen „den größten Nutzen von Nachhaltigkeit in Aspekten wie Innovation, Wettbewerbsvorteil und Differenzierung.“³ Dabei schätzt und misst die globale Gesellschaft Unternehmen an ihrem ökologischen und sozialen

¹ Vgl. o.A., Tourismusaufkommen, 2022 i.V.m.; Augsbach, G., Tourismus, 2020, S.26.

² Vgl. Schulz, C., Nachhaltig, 2020, S.52.

³ Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.30.

Handeln, sodass deren Akzeptanz, der Börsenkurs und das Geschäftspotenzial davon abhängen.¹

Während die Bundesregierung im Tourismus- und Freizeitsektor demnach ein großes Entwicklungspotenzial sieht, macht Pufé auf die Notwendigkeit von Nachhaltigkeit aufmerksam, um die menschliche Existenz zu wahren und die Agenda 2030 beschreibt, wie nötig eine solche Transformation ist und welche ökonomischen, ökologischen und soziale Vorteile sie mit sich bringt. Diese Vorteile äußern sich u.a. durch die Formulierung der Ziele zur nachhaltigen Entwicklung, auf die nachher präziser eingegangen wird.

2.2.2 Sanfter Tourismus

Mit der zunehmenden Relevanz in der Gesellschaft von Nachhaltigkeit und der Entwicklung der Bedeutung des Begriffs entwickelten sich im Tourismus verschiedene Formen und Zielgruppen.

Die positiven und negativen Konsequenzen des modernen Massentourismus sind inzwischen unumstritten. Alexander Bleifuß ist studierter Geograph und im Tourismusmarketing Niedersachsen tätig, wo er als Manager zuständig für die Themen „Wandern und Wasser“ ist. Er arbeitete die Wirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern heraus, und betont dabei, dass die Auswirkungen im Tourismus allgemein gelten. Die zusätzlichen Deviseneinnahmen aus dem Tourismus sind vorerst etwas positives, allerdings fließen diese wieder ab, da für den Touristen importiert wird, weil die Materialien von mangelhafter Qualität oder nicht ausreichender Quantität vorhanden sind oder nicht den Bedürfnissen der Touristen entsprechen. Einerseits schaffen Hotels direkte Arbeitsplätze und indirekte Arbeitsplätze, da sie beliefert werden müssen und dem Touristen verschiedene Produkte bieten möchten, wie etwa regionales Obst, wofür es einen regionalen Landwirt bedarf. Andererseits sind viele der Arbeitsplätze von der Saison abhängig, von geringen Anforderungen geprägt und weisen oftmals eine schlechte Bezahlung und respektive, schlechte Arbeitsbedingungen auf. Die sozialen Auswirkungen lassen sich schwer quantifizieren, dagegen wurde festgestellt, dass unterschiedliche Kulturen und Traditionen zur Kommerzialisierung führten und somit Kulturen verzerrt dargestellt werden.² Bei dem mexikanischen Feiertag „Dia de los Muertos“, übersetzt „Tag der Toten“, wurde z.B. vor dem James Bond Film „Spectre“ nie eine Parade in Mexiko veranstaltet. Paraden wurden erst in Folge des Films etabliert und somit der Tourismus gefördert.³ Der Tourismus forderte diese

¹ Vgl. Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.25ff.

² Vgl. Bleifuß, A., Nachhaltig Reisen, 2018, S.43ff.

³ Vgl. Sosa Cabrios, A., Dia de los Muertos, 2021.

Parade ein und führte zu einer verzerrten Darstellung und Wahrnehmung der Kultur. Dies ist nur ein Beispiel, es gibt noch viele weitere und oftmals sind die Auswirkungen schwer quantifizierbar. Tourismus ist Teil der Globalisierung und ein wesentliches Element in den Bereichen Wirtschaftspolitik, Umwelt, Kultur, Gesellschaft und Technologie. Der Wandel der Arbeitsbedingungen von einer 50 Stunden-Woche hin zu einer 40 Stunden-Woche, der Ausgleich von Überstunden sowie die Einführung eines gesetzlich festgelegten Anspruchs auf bezahlten Urlaub läuteten das massentouristische Reisen ein. Besonders prägnant für den Massentourismus waren die Preisverbilligungen durch genormte Pauschalreisen und die erhöhte Bereitschaft Geld für mehr als den Grundbedarf auszugeben.¹ Aus dem Massentourismus entwickelten sich erste Ansätze des Alternativen Tourismus. Ein früherer Ansatz war der „Sanfte Tourismus“, bei dem die Natur im Vordergrund steht und die einheimische Bevölkerung berücksichtigt wird. Es sollte im Gegensatz zum Massentourismus eine weiche Lösung geben. Schulz verwendet die Begriffe „sanfter Tourismus“, „nachhaltiger Tourismus“, „naturnaher Tourismus“ und „Green Travelling“ synonym und schreibt ihnen nach Strasdas folgende Ziele zu:

„Ökonomische Ziele: Beitrag zur Wertschöpfung, Stärkung der regionalen Wirtschaft, Schaffung von Beschäftigung

Ökologische Ziele: Vermeidung negativer Auswirkungen auf die Biodiversität, Reduzierung des Ressourcenverbrauchs, Reduzierung der Treibhausgasemissionen

Soziale Ziele: Zufriedenheit der Reisenden und der Bereisten, interkultureller Austausch, Teilhabe der Bevölkerung am Tourismus“²

Nachhaltiges Handeln beschreibt also auch das Einbinden der Bedürfnisse Einheimischer und das Berücksichtigen gegenwärtiger und künftiger Effekte, sodass ein positiver Einfluss auf das Ökosystem, die lokale Wirtschaft und die Einheimischen ausgeübt wird. Der Unterschied von nachhaltigem Handeln zum verantwortungsbewussten Handeln liegt darin, dass Verantwortung übernommen werden muss, um nachhaltig zu agieren.³ Die Einheimischen werden beim sanften Tourismus in das Konzept einbezogen, was einerseits die Gemeinschaft stärkt und andererseits die kulturellen Traditionen widerstandsfähig macht.⁴ Zunächst war der sanfte Tourismus eine theoretische Diskussion, die die innere Einstellung eines Reisenden beschreibt. Diese Einstellung legt dabei höhere Anforderungen an ökologischen, gesellschaftlichen

¹ Vgl. Bleifuß, A., Nachhaltig Reisen, 2018, S.33ff.

² Schulz, C., Nachhaltig, 2020, S.36zitiert nach Strasdas (2017) Nachhaltiger Tourismus - Einführung.

³ Vgl. o.A., Handbuch, 2021, S.8f.

⁴ Vgl. Schulz, C., Nachhaltig, 2020, S.37.

und/oder ökonomischen Folgen des Tourismus. Der sanfte Tourismus hat sich inzwischen zu einem Überbegriff entwickelt, der für verschiedene Formen des Tourismus steht. Diese Tourismusformen mögen unterschiedliche Schwerpunkte haben und verschieden ausgearbeitet sein, verfolgen aber das gleiche Ziel, nämlich ein bewusstes und entschleunigtes Reisen zu ermöglichen, bei dem Wert auf Regionalität, menschliche Werte und einen schonenden Umgang mit Ressourcen gelegt wird. Dazu gehört außerdem sich, sein Verhalten und andere Prozesse zu hinterfragen. Zu den verschiedenen Tourismusformen des sanften Tourismus zählt Ökotourismus, Kulturtourismus, Naturtourismus, gesundheitsorientierter Tourismus u.v.m..¹ Diese Formen sollen an der Stelle der Vollständigkeit halber genannt werden, werden aber nicht detaillierter betrachtet.²

Nicht nur auf Seite des Angebots kam es zu einer zunehmenden Diversifikation, sondern auch auf Seite der Nachfragenden entwickelte sich eine neue touristische Zielgruppe, die sich dem Gedanken der Nachhaltigkeit verschrieben hat. Sie nennt sich LOHAS, was ein Akronym für "Lifestyle of Health and Sustainability" ist. Gesundheit und Nachhaltigkeit prägen dabei den Lebensstil und somit auch die konsumierte Produktauswahl. Bevor der Begriff LOHAS entstand, sprachen Paul Ray und Sherry Ruth Andersen von „Cultural Creatives“³. Sie schreiben dem Begriff eine „neue Gesellschaftsformation aus kreativen, verantwortungsbewussten, gesundheitsorientierten und Genuss suchenden Menschen“⁴ zu. Ihnen wird zugeschrieben, dass sie kulturelle Veränderungen beeinflussen und eine Gesellschaft mit neuen Ideen bereichern. Die meisten Vordenker stammen dabei aus der Mittelschicht.⁵

2.3 Nachhaltigkeit in der Politik

Themenbereiche wie Klimawandel, Nachhaltigkeit, Menschenrechte, Armut, Hunger, Ungleichheiten u.v.m. stellen zentrale Herausforderungen für die Menschheit dar, mit denen sich u.a. auf zahlreichen Konferenzen auseinandergesetzt wird. Im Rahmen dieser Konferenzen wurden verschiedene Beschlüsse verabschiedet. Aufgrund der Thematik dieser Arbeit soll der primäre Fokus auf die SDGs gelegt werden. Dennoch sei erwähnt, dass sich zahlreiche andere Beschlüsse mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen. So soll auf das Pariser Klimaabkommen, die Deutsche

¹ Vgl. *Bleifuß, A.*, Nachhaltig Reisen, 2018, S.68.

² Vgl. *Balas, M./Strasdas, W.*, Nachhaltigkeit, 2018, S.18; Vgl. *Schulz, C.*, Nachhaltigkeit, 2020, S.39ff.

³ *Helmke, S./Scherberich, J. U./Uebel, M.*, LOHAS, 2016, S.1.

⁴ *Helmke, S./Scherberich, J. U./Uebel, M.*, LOHAS, 2016, S.1.

⁵ Vgl. *Helmke, S./Scherberich, J. U./Uebel, M.*, LOHAS, 2016, S.1f.

Nachhaltigkeitsstrategie und das „Sustainable Tourism Programme“ der UNWTO näher eingegangen werden.

2.3.1 Sustainable Development Goals

„Wie nötig eine Transformation ist, zeigt die Agenda 2030, indem sie den Zustand der heutigen Welt beschreibt: Sie ist von zunehmenden Ungleichheiten in Bezug auf Chancen, Reichtum und Macht ebenso gekennzeichnet, wie von einer steigenden Zahl an Naturkatastrophen und vom voranschreitenden Klimawandel, der das Überleben vieler Gesellschaften gefährdet. Dagegen stellen die Mitgliedsstaaten der UN die Vision einer Welt, in der alle Menschen Zugang zu Wasser, Nahrungsmitteln, hochwertiger Bildung und zu medizinischer Versorgung haben. Eine Welt, in der die Menschenrechte geachtet werden und Rechtstaatlichkeit herrscht, in der die natürlichen Ressourcen verantwortungsvoll genutzt werden und nachhaltige Produktions- und Konsummuster, Wohlstand und menschenwürdige Arbeit für alle vorhanden sind.“¹

Abbildung 5: Die 17 SDGs der Agenda 2030



Quelle: Kaiser, U., Ziele, o.J.

Unter dem Begriff SDGs verstehen sich die 17 Nachhaltigkeitsziele, die in der Agenda 2030 von allen 193 Mitgliedern im Rahmen der Vereinten Nationen verabschiedet wurden. Die Agenda 2030 wurde im Jahr 2015 verabschiedet und ist ein Aktionsplan, der auf Frieden und Beseitigung von Armut abzielt. Außerdem soll sichergestellt werden, dass ein menschenwürdiges Leben ermöglicht und natürliche Lebensgrundlagen dauerhaft bewahrt werden. Ökonomische, soziale und ökologische

¹ Dreyer, A., Tourismuswende, 2016, S.4.

Entwicklungsaspekte werden dabei berücksichtigt und „alle Staaten sind aufgefordert, ihr Tun und Handeln danach auszurichten.“¹

Diese SDGs sollen die Welt „auf den Pfad der Nachhaltigkeit und der Widerstandsfähigkeit“² bringen. Viele der SDGs sind miteinander verknüpft, weswegen eine klare Trennung nicht immer möglich ist.³ Verschiedene Unterziele, insgesamt 169, sollen dabei helfen das jeweilige SDG zu erfüllen.⁴ Jedem Land wird ein nationaler Spielraum gewährt die universelle Agenda in einer Weise umzusetzen, bei der die „unterschiedlichen nationalen Realitäten, Kapazitäten und Entwicklungsstufen“⁵ sowie Politiken und Prioritäten berücksichtigt werden.⁶ Aufgrund des nationalen Spielraums wird sich im Rahmen dieser Arbeit auf Deutschland und die deutsche Umsetzung konzentriert.

In den nachfolgenden Abschnitten werden die SDGs für das allgemeine Verständnis einzeln erläutert und manche ihrer Unterziele aufgezeigt. Unter Heranziehen der Experten werden später die Berührungspunkte zu Hotel- und Beherbergungsbetrieben aufgezeigt.

Die ersten beiden SDGs „Armut“ und „Hunger“ sollen allseits beendet werden, dafür sollen die Extremfälle beseitigt und Sozialschutzsysteme und -maßnahmen umgesetzt werden. Allen Menschen soll ganzjähriger Zugang zu ausreichend Nahrungsmitteln verschafft werden, ebenso wie für eine ausgewogene, bessere Ernährung gesorgt werden soll. Dafür ist es notwendig, dass Märkte reibungslos funktionieren, Handelsbeschränkungen und -verzerrungen korrigiert und verhindert, nachhaltige landwirtschaftliche Methoden angewendet und Investitionen in die Landwirtschaft getätigt werden.⁷

Die Gesundheitsversorgung (SDG 3) jedes Einzelnen soll sichergestellt werden. Darunter fällt die Bekämpfung von Epidemien, insbesondere Tuberkulose-, AIDS- und Malariaepidemien, Tropenkrankheiten und Senkung der Mütter- und Kindersterblichkeit. Gegen übermäßigen Alkoholkonsum und Drogenmissbrauch soll Prävention betrieben werden und eine Behandlung erfolgen können. Die Umsetzung der

¹ *Kaiser, U.*, Globale Nachhaltigkeitsstrategie, 2019.

² Agenda 2030, GV, 2015, S.1.

³ Vgl. *Kaiser, U.*, Industrie, Innovation und Infrastruktur, 2019.

⁴ Vgl. *Kaiser, U.*, Armut, 2019i.V.m.; *Kaiser, U.*, Wasser, 2019.

⁵ Agenda 2030, GV, 2015, S.7.

⁶ Vgl. Agenda 2030, GV, 2015, S.6f.

⁷ Vgl. *Kaiser, U.*, Armut, 2019i.V.m.; Vgl. *Kaiser, U.*, Hunger beseitigen, 2019.

Tabakrahenkonvention¹ ist ebenfalls ein Unterziel, sowie der Medikamenten- und Impfstoffzugang, „die Stärkung der Kapazitäten zur Frühwarnung und zum Management von globalen Gesundheitsrisiken, als auch die Verringerung der Zahl der Erkrankungen durch Umweltbelastungen.“²

Deutschland hat ein hohes Bildungsniveau, das es an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen gilt. Für Deutschland gilt es, sich den internationalen Bildungszielen anzunehmen, um eine hochwertige Bildung (SDG 4) jedem zu ermöglichen. Die Bildung für nachhaltige Entwicklung voranzutreiben, ist ein weiteres Unterziel, das es zu erreichen gilt. Die Zielwerte vom Jahr 2020, die Deutschland sich bez. Bildung stellte, wurden überwiegend mehr als erreicht. Global unterstützt Deutschland über das Bundesministerium für Entwicklung und Zusammenarbeit in mehr als 60 Ländern Bildungs- und Ausbildungsprojekte und die Thematik „Bildung für Geflüchtete“ wird zunehmend relevanter.³

Geschlechtergleichheit (SDG 5) ist rechtlich in Deutschland erreicht und in der alltäglichen Situation noch entwicklungsbedürftig, aber in Deutschland bereits sehr fortschrittlich. Besonders traditionelle Geschlechterrollen gilt es zu überwinden. Unter diesem Aspekt wird die Beseitigung aller Diskriminierungsformen, sowie gleiche Gehälter bei Männern und Frauen oder auch das Anerkennen und Wertschätzen von unbezahlten Pflege- und Hausarbeiten verstanden.⁴

In SDG 6 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ geht es nicht nur um die Reduktion des Wasserkonsums, bzw. die Effizienz und nachhaltige Nutzung, sondern auch darum allen einen Zugang zu bezahlbarem und sicherem Trinkwasser zu ermöglichen, ebenso bez. Hygiene und Sanitärversorgung. Die Gewässerqualität zu verbessern und Wasserökosysteme wiederherzustellen und zu schützen ist ebenfalls Bestandteil sowie ein integriertes (grenzüberschreitendes) Management der Wasserressourcen zu etablieren.⁵

Die zukunftsfähige Energieversorgung (SDG 7) soll ausgebaut werden, dabei soll der Primärenergieverbrauch bis 2050 um 50 Prozent gegenüber dem Jahr 2008 reduziert werden, gleichzeitig soll die Endenergieproduktivität um 2,1 Prozent jährlich bis 2050 gesteigert werden. Dieses Vorhaben soll zu einer effizienten und sparsamen Nutzung

¹Definition: Die Konvention beschließt den Verbot von animierter Tabakwerbung und zielt auf den Schutz vor den gesundheitlichen, sozialen und ökologischen Folgen ab. Vgl. *Hausding, G.*, Tabakrahenkonvention, o.J.

² *Kaiser, U.*, Gesundheit und Wohlergehen, 2019.

³ Vgl. *Kaiser, U.*, Bildung, 2019.

⁴ Vgl. *Kaiser, U.*, Gleichstellung von Frauen und Männern, 2019.

⁵ Vgl. *Kaiser, U.*, Wasser, 2019.

von Energie in Deutschland führen. Genauer betrachtet, wurden zwei Ziele festgelegt: Der „Anstieg des Anteils erneuerbarer Energien [...] und] der Anstieg des Anteils des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen [...] auf mindestens 80 Prozent bis 2050.“¹

Unter menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8) versteht sich die Teilnahme und Leistungsbereitschaft jedes Menschen am ökonomischen Wohlstand. Durch „nachhaltiges Wirtschaftswachstum sollen Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeitsbedingungen für alle weltweit gefördert werden.“² Auf Deutschland bezogen, dient die soziale Marktwirtschaft als Leitfaden für nachhaltiges Wirtschaftswachstum. Nachhaltiges Wachstum beinhaltet einerseits die ökologische und soziale Verantwortung, andererseits inkludiert es Freiheit, Wettbewerb, Innovation und Leistungsbereitschaft. Unterschiedliche Initiativen wurden dahingehend entwickelt. Im Rahmen dieser Arbeit wurde bereits die CSR-Richtlinie betrachtet, die, wie bereits angeführt, auf den drei Säulen Ökologie, Ökonomie und Soziales beruht. Als Unterziele wurden bspw. festgelegt: „die Bekämpfung von Kinderarbeit, das Anheben des Lohnniveaus in Richtung existenzsichernder Löhne, die Vermeidung gesundheitsschädlicher Chemikalien oder auch die nachhaltige Wassernutzung im Baumwollanbau.“³ Dies sollte stets in der gesamten Lieferkette durchgesetzt werden. Die Relevanz dieser Ziele liegt insbesondere darin, dass die Produktionsstätten in „Niedriglohnländer“⁴ verlagert werden.

Ein weiteres SDG setzt sich als Ziel nachhaltige Industrialisierung, sowie die Forschung und Entwicklung (FuE) von Innovationen zu fördern und die regionale und grenzüberschreitende Infrastruktur widerstandsfähig aufzubauen. Dabei gilt es u.a. Entwicklungsländer in Wertschöpfungsketten einzubinden, Technologien umweltfreundlicher zu entwickeln und FuE voranzutreiben.⁵

Ungleichheiten sollen verringert werden (SDG 10). Das betrifft sowohl die Vermögens- und Einkommensverteilung, aber vielmehr auch die Gesundheitsversorgung, den Zugang zu Bildung und die politische Teilhabe. Das SDG 5 – Geschlechtergleichstellung ist hier ebenfalls zu berücksichtigen.⁶

¹ *Kaiser, U.*, Energie, 2019.

² *Kaiser, U.*, Wirtschaftswachstum, 2019.

³ *Kaiser, U.*, Wirtschaftswachstum, 2019.

⁴ Definition: Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards sind niedrig gehalten und verursachen somit geringere Kosten. Vgl. *Kaiser, U.*, Nachhaltig wirtschaften, 2022.

⁵ Vgl. *Kaiser, U.*, Industrie, Innovation und Infrastruktur, 2019.

⁶ Vgl. *Kaiser, U.*, Weniger Ungleichheiten, 2019.

Widerstandsfähigkeit, Sicherheit, Nachhaltigkeit und Inklusivität¹ von Städten und Gemeinden ist das Ziel SDG 11 „Nachhaltige Städte und Gemeinden“. Genauer betrachtet: „Nachhaltige Nutzung der Flächen, Sichere, bezahlbare und nachhaltige Mobilität in der Stadt und auf dem Land, Senken der Umweltbelastung durch Städte, Gesicherte Grundversorgung und digitale Anbindung ländlicher Gemeinden und bezahlbarer Wohnraum für alle“.² Die „Neue Urbane Agenda“ wurde 2016 beschlossen und bietet einen Leitfaden für die nächsten zwei Jahrzehnte hinsichtlich der Städteentwicklung. Dabei stehen die anfangs genannten Eigenschaften (Widerstandsfähigkeit...) eine entscheidende Rolle. Diese Agenda bietet weiteren Untersuchungsbedarf, der den Rahmen dieser Arbeit übersteigen würde und wird daher außen vorge lassen, soll aber der Vollständigkeit halber an dieser Stelle genannt sein.

Der nachhaltige Konsum und die nachhaltige Produktion (SDG 12) richtet sich sowohl an die Öffentlichkeit als auch auf den individuellen Lebensstil. Viele natürliche Ressourcen sind begrenzt verfügbar. Um die Produktion nachhaltiger zu gestalten, sollten die Ressourcen nicht verbraucht, sondern genutzt und daher von endlichen Rohstoffen auf nachwachsende umgestellt werden. Diese Umstellung wird beschrieben als eine Entwicklung von der Linearwirtschaft zur Kreislaufwirtschaft (Cradle to Cradle oder kurz C2C), das bedeutet Rohstoffe werden zu einem Produkt verarbeitet und das Produkt wird am Ende seines Lebenszyklus in seine Einzelteile zerlegt und wieder dem Lebenszyklus eines neuen Produkts zurückgeführt. Deutschland hat einen hohen weltweiten Ressourcenverbrauch und beeinflusst die Umweltbelastung immens, zusätzlich besitzt es das technologische und ökonomische Potenzial, um in dem Nachhaltigkeitssegment innovativ zu werden und Forschungsprogramme aufzulegen. Eine besondere Verantwortung, dass sie auf Produktionsbedingungen Einfluss ausüben können, wird den Importeuren, Herstellern und dem Handel zugeschrieben. Das Konsumverhalten jedes Einzelnen definiert die globalen ökologischen, ökonomischen und sozialen Verhältnisse. Laut der Agenda können Informationen an die Öffentlichkeit und Bildung das Konsumverhalten positiv verändert werden, während Siegel eine Orientierung für ein verantwortungsvolles, nachhaltiges Verhalten bieten sollen. Ein staatliches Umweltzeichen ist bspw. der Blaue Engel, der insgesamt 12.000 Dienstleistungen und Produkte zertifiziert. Außerdem haben staatlich zugelassene Umweltgutachter das EMAS³-Logo als anspruchsvolles Umweltmanagementsystem

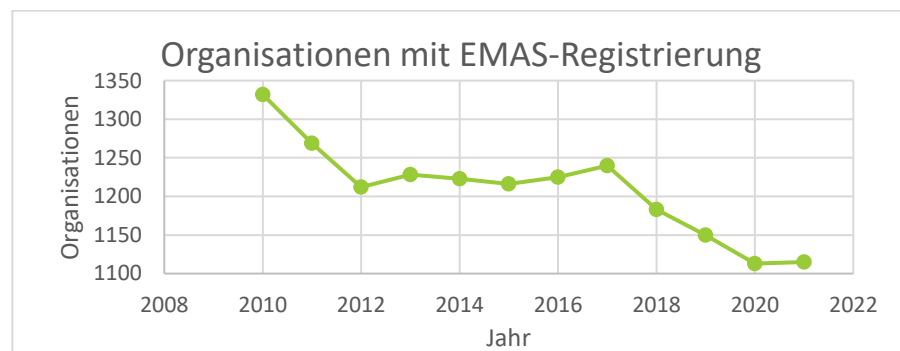
¹ Definition: Unter Inklusivität versteht sich die Integrität eine Stadt, bzw. Gemeinde in ihre Umwelt. Vgl. *Kaiser, U.*, Nachhaltige Städte und Gemeinden, 2019.

² Vgl. *Kaiser, U.*, Nachhaltige Städte und Gemeinden, 2019.

³Eco-Management and Audit Scheme, bzw. Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung. Dabei handelt es sich um ein Umweltmanagement-Gütesiegel der EU. Vgl. *Ittershagen, M.*, EMAS, o.J.

geprüft. Dieses Logo dürfen bereits über 2.200 Standorte deutscher Unternehmen und Organisationen tragen. Es gilt Unternehmen zur Nachhaltigkeit in Produktion und Konsum zu ermutigen, Bewusstsein zu schaffen und weiterzutragen. Dazu zählt ebenfalls die Nahrungsmittelverschwendung, die Nutzung von umweltschädlichen Chemikalien und das Abfallvolumen zu verringern.¹ Das Statistische Bundesamt gibt allerdings an, dass die Unternehmensanzahl, die Nachhaltigkeitsberichte publizieren, im Jahr 2010 bei 1332 lagen und inzwischen bis 2021 auf 1115 Unternehmen gesunken sind. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Veränderungen.

Abbildung 6 Eigene Darstellung in Anlehnung an das Statistische Bundesamt



Quelle: Thiel, G., Indikator, 2022.

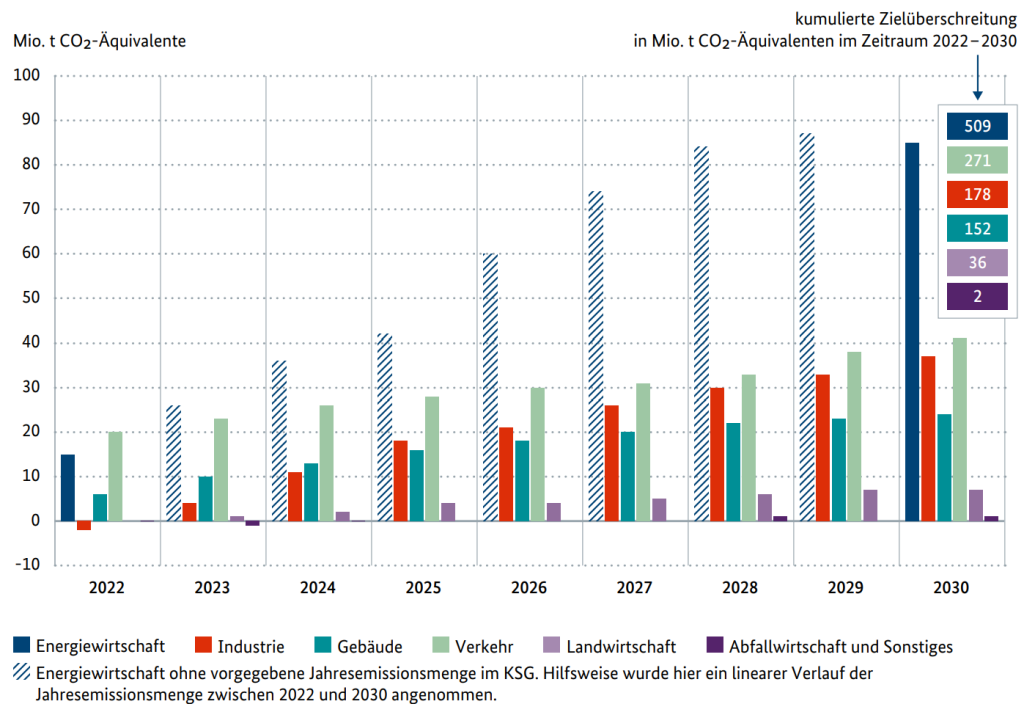
Bei Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13) soll der Klimawandel eingedämmt werden, indem der Temperaturanstieg auf 1,5 Grad Celsius begrenzt werden soll. Eine sogenannte Treibhausgas-Neutralität ist dafür nötig, ebenso muss die Freisetzung von Treibhausgasen verringert werden. Jeder Staat der Erde ist verpflichtet sich diesem Ziel anzunehmen.² In der Eröffnungsbilanz wird bereits die Verfehlung dieses SDGs aufgegriffen. Im Jahr 2021 war es lediglich der Gebäudesektor, jedoch werden es zukünftig weitere Sektoren sein, die die Klimaziele verfehlt. Da die Zielverfehlung absehbar ist, besteht ein dringender Handlungsbedarf.³ In der nachfolgenden Abbildung wurden die Überschreitungen bis zum Jahr 2030 prognostiziert und es veranschaulicht, wie massiv die Zielverfehlung ausfällt.

¹ Vgl. Kaiser, U., Konsum und Produktion, 2019.

² Vgl. Kaiser, U., Klimaschutz, 2019.

³ Vgl. Ewers, D., Eröffnungsbilanz, 2022, S.1f.

Abbildung 7 Prognostizierte Überschreitung der jährlichen Klimaziele pro Sektor gemäß Bundes-Klimagesetz



Bei dem SDG 14 „Leben unter Wasser“ wird der Schutz der Meere thematisiert, sowohl die Versauerung als auch die Verschmutzung. Aktuell stehen acht Prozent der Weltmeere unter Schutz, dies soll bis zum Jahr 2030 auf 30 Prozent erhöht werden. Außerdem gilt es die Korallenriffe, Seegraswiesen und Mangrovenwälder zu schützen, von denen weltweit bereits Minimum jeweils 20 Prozent zerstört sind. Ebenfalls muss Überfischung reduziert werden, was vor allem durch eine verstärktes Fischerei-Management, ihre Kontrolle und Überwachung realisiert werden kann.¹

Das nächste SDG beschäftigt sich mit dem „Leben an Land“. Auch hier steht es im Vordergrund die Biodiversität aufrecht zu erhalten und die Umwelt zu schützen. Die Wüstenbildung, übermäßige Wälder-Rodungen sowie Wilderei gilt es zu beenden, bzw. zerstörte Ökosysteme wiederherzustellen.²

Bevor das letzte SDG erläutert wird, geht es um „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“ (SDG 16). Jegliche Gewalt und durch sie bedingte Sterblichkeit an einem Menschen soll überall verringert werden, ebenso überall sollen Rechtsstaatlichkeit gefördert und illegale Machenschaften reduziert werden.³

¹ Vgl. Kaiser, U., Leben unter Wasser schützen, 2019.

² Vgl. Kaiser, U., Leben an Land, 2019.

³ Vgl. Kaiser, U., Starke und transparente Institutionen fördern, 2019.

Damit all diese Ziele erfüllt werden können, wurde SDG 17 formuliert, bei dem es um „Globale Partnerschaften“ geht, sodass die geschilderten Herausforderungen gemeinsam gelöst werden können und verschiedene Zusammenschlüsse gefördert werden.¹

Tourismus hat mit allen SDGs Berührungspunkte und kann somit einen entscheidenden Beitrag in ihrer Erfüllung leisten.² Der direkte Bezug zwischen den SDGs und Hotels erfolgt bei den Handlungsempfehlungen.

2.3.2 Andere politische Beschlüsse

Um die Weltwirtschaft klimafreundlicher zu gestalten und den Klimawandel einzudämmen wurden die „Pariser Klimaziele“, auch Pariser Abkommen genannt, beschlossen. Es wurde erkannt, dass das Kyoto-Protokoll allein nicht mehr ausreichte. Dieses regelte die Begrenzung von Treibhausgasen für die EU und wenige Industrieländer. Insgesamt entspricht dies weniger als 15 Prozent der globalen Emissionen. 195 Staaten verpflichteten sich dem Pariser Klimaabkommen, das bedeutet die Staaten mussten einen nationalen Klimaschutzplan erarbeiten. Die Ziele wurden im Rahmen der internationalen Klimakonferenz am 12. Dezember 2015 verabschiedet. Die Bedrohung durch den Klimawandel wurde zu dem Zeitpunkt bereits sehr ernst genommen, was sich durch die Anwesenheit von über 150 Staats- und Regierungschefs äußerte. Über zwei Wochen wurden intensive Verhandlungen geführt. Ein wichtiger Bestandteil des Abkommens ist, dass die Erderwärmung im Vergleich zur vorindustriellen Epoche auf unter zwei Grad Celsius, im Idealfall 1,5 Grad Celsius beschränkt werden soll. Um Maßnahmen zum Klimaschutz umzusetzen, werden ärmere Länder sowohl finanziell als auch durch Technologie- und Wissenstransfer unterstützt. In verschiedenen Klimakonferenzen werden Maßnahmenpläne beschlossen und stetig verfeinert, um das Klima zu schützen, dazu zählt bspw. SDG 7 – Saubere Energie. Im Jahr 2023 wird erstmals geprüft, welche Erfolge bei der Anpassung an den Klimawandel erzielt wurden sowie, ob die Unterstützung der Staaten in ausreichendem Maße erfolgt. Auf den Erkenntnissen sollen die nationalen Klimaschutzbeiträge aufbauen und weiterentwickelt werden, dabei gilt das „Progressionsprinzip“, d.h. die Ziele sollen ambitionierter im Vergleich zu den vorherigen sein.³

Die „Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie“ (DNS) ist als Beitrag zur Umsetzung der Agenda 2030 gedacht und zeichnet einen Rahmen für nachhaltiges Handeln von

¹ Vgl. *Kaiser, U.*, Globale Partnerschaft, 2019.

² Vgl. *Dreyer, A.*, Tourismuswende, 2016, S.5f.

³ Vgl. *Wiechmann, A.*, Klimaabkommen, o.J. i.V.m.; *Wiechmann, A.*, Übereinkommen von Paris, o.J.; *Hennies, R.*, COP 21, 2021; Vgl. *Kaiser, U.*, Klimaschutz, 2019.

Gesellschaft und Politik. Seit dem Jahr 2002 wird die Strategie regelmäßig weiterentwickelt. Seit 2016 orientiert sie sich an den SDGs und mit deren Übernahme wurde die DNS internationalisiert. Die letzte Weiterentwicklung erfolgte am 10. März 2021.¹ Darin wird zum Handeln aufgefordert und festgehalten, dass mehr Tempo bei der Umsetzung der Ziele nötig ist, da sie sonst nicht bis 2030 erreicht werden.² Es heißt zudem, dass die deutsche Außenpolitik maßgeblich bei der Förderung von Nachhaltigkeit auf internationaler Ebene beiträgt, z.B. durch eine gezielte Unterstützung der Partnerländer bei der Bewältigung der Pandemiefolgen. Es wird weiterhin herausgestellt, dass die europäische Zusammenarbeit von Bedeutung ist und die Agenda 2030 in der EU-Politik in dem Mittelpunkt gestellt werden soll. Auf nationaler Ebene möchte die Bundesregierung gestärkt aus der Corona-Pandemie hervorgehen, indem Deutschland auf einen nachhaltigen Wachstumspfad geführt wird.³ Die DNS definiert sechs Transformationsbereiche als Ziele, denen verschiedene SDGs zugeordnet werden. Dabei fokussiert sich die DNS auf das menschliche Wohlbefinden und Fähigkeiten sowie soziale Gerechtigkeit, die Energiewende und Klimaschutz, eine Kreislaufwirtschaft, nachhaltiges Bauen und Verkehrswende, nachhaltige Agrar- und Ernährungssysteme und auf eine schadstofffreie Umwelt.⁴ 2019 wurde in dieser Hinsicht festgelegt die Emissionsmengen kontinuierlich zu senken, um im Jahr 2045 treibhausgasneutral zu sein.⁵ Die Zuständigkeit für die DNS obliegt dem Bundeskanzleramt. „Nachhaltigkeit [selbst] umfasst alle Aufgabenbereiche der Politik.“⁶

Die UNWTO sieht sich in der Verantwortung einen gewissenhaften, nachhaltigen und für jedermann zugänglichen Tourismus zu fördern, der auf die Realisierung der SDGs ausgerichtet ist und entwickelte das „The One Planet Sustainable Tourism Programme“. Dabei bietet die UNWTO der Tourismusbranche Unterstützung und Führung sich für verantwortungsbewussten Tourismus einzusetzen und Tourismus als treibende Kraft für Wirtschaftswachstum, Entwicklung und ökologische Nachhaltigkeit zu fördern. Das Ziel dieser Vereinigung ist den sozio-ökonomischen Tourismusbeitrag zu erweitern und negative Auswirkungen des Tourismus zu minimieren.⁷ Die festgehaltenen Richtlinien für eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus sind laut UNWTO in allen Tourismusformen umzusetzen, was den Massentourismus miteinschließt.

¹ Vgl. *Kaiser, U.*, Dt. Nachhaltigkeitsstrategie, o.J.

² Vgl. *Mumm, G.*, DNS, 2021, S.3ff.

³ Vgl. *Mumm, G.*, DNS, 2021, S.6ff.

⁴ Vgl. *Mumm, G.*, DNS, 2021, S.11f.

⁵ Vgl. *Kaiser, U.*, Dt. Nachhaltigkeitsstrategie, o.J.

⁶ *Mumm, G.*, DNS, 2021, S.14.

⁷ Vgl. *Pololikashvili, Z.*, Tourism, o.J.

Das Geheimnis des Erfolgs sieht die UNWTO in einem Balancespiel zwischen Ökonomie, Ökologie und dem sozialen Aspekt. In diesen Bestimmungen heißt es, nachhaltiger Tourismus soll natürliche Ressourcen optimal verwenden, ökologische Prozesse pflegen und die Biodiversität und das kulturelle Erbe erhalten. Außerdem soll die sozio-kulturelle Authentizität der Destination respektiert und bewahrt werden, um interkulturelle Kompetenzen und Toleranz zu fördern. Ebenfalls soll für einen beständigen wirtschaftlichen Betrieb gesorgt und allen fairen Stakeholdern sozio-ökologische Vorteile zuteil werden, wobei Armut durch eine stabile Beschäftigung und Einkommen gelindert wird. Um einen nachhaltigen Tourismus zu entwickeln, benötigt es kontinuierliche Weiterentwicklung und Beobachtung der Einflüsse. Eine hohe Gästezufriedenheit ist dabei genauso bedeutend, wie den Touristen ein bedeutsames Erlebnis zu ermöglichen, bei dem das Bewusstsein für Nachhaltigkeit gefördert wird. Die UNWTO legt bei der nachhaltigen Entwicklung von Tourismus neben Biodiversität einen besonderen Wert auf den Klimawandel, entwickelt Initiativen um Plastik innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette, was Hotel- und Beherbergungsbetriebe inkludiert, zu vermeiden, ruft zur effizienten Nutzung von Ressourcen auf, setzt sich für die Integrität kleiner Inseln auf dem globalen Markt ein und setzt sich für Reiseerleichterungen ein, um die Nachfrage zu erhöhen, wirtschaftliche Entwicklung und neue Arbeitsplätze zu fördern.¹ Zusätzlich manifestierte die UNWTO „Hotel Energy Solutions“. Da die Hotellerie einer der energieintensivsten Branchen ist und zwischen zwei bis fünf Prozent der gesamten CO₂-Emissionen durch den Tourismus generiert wird, hilft die UNWTO durch die „Hotel Energy Solution“ bei der Bewältigung des CO₂ Ausstoßes. Es wird ein Online-Toolkit zur Verfügung gestellt, das Hotels bei der Reduktion ihres CO₂-Fußabdrucks und ihrer Betriebskosten hilft und somit den Unternehmensgewinn steigert.² Die UNWTO hat Observatorien eingerichtet, um die ökonomischen, ökologischen und sozialen Einflüsse vom Tourismus auf die Destination zu beobachten und erstellt regelmäßige Berichte für die Generalversammlung der Vereinten Nationen. In diesen Berichten sind aktuelle Informationen zur nachhaltigen Tourismuspolitik enthalten.³ Im Rahmen der Richtlinien für eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus wurde das „The One Planet Sustainable Tourism Programme“ entworfen. Die Vision lautet Erholung auf Basis von Nachhaltigkeit, um den Tourismus widerstandsfähig zu machen und zu optimieren. Alle bereits genannten Aspekte sind Teil dieses Programms. Darüber hinaus wird in dem Programm erklärt, dass die Bedürfnisse aller erfüllt und gleichzeitig weniger natürliche Ressourcen, wie Wasser und

¹ Vgl. Pololikashvili, Z., Sustainable, o.J.

² Vgl. Pololikashvili, Z., HES, o.J.

³ Vgl. Pololikashvili, Z., Sustainable, o.J.

Energie verschwendet und weniger Müll und Umweltverschmutzung verursacht werden sollen. Ressourceneffizienz und nachhaltiges Handeln sind die Ziele. Dafür wird sowohl an die Betriebe als auch an die Verbraucher appelliert. Seit dem Jahr 2016 werden regelmäßig Berichte veröffentlicht, die den Fortschritt dokumentieren und der Kontrolle dienen.¹

2.4 Zusammenfassung der Fakten

Die Bedeutung des Begriffs Nachhaltigkeit hat sich über die Jahre von einem ressourcenspezifischen Prinzip zu einem vielseitig einsetzbaren Begriff gewandelt, bei dem die Definition von der Verwendung des Wortes abhängig ist. Die Bezeichnung „nachhaltig“ ist außerdem gesetzlich nicht geschützt. In der Betriebswirtschaft sind die Begriffe CSR und Nachhaltigkeit gleichzusetzen. Die Bedeutung beruht dabei auf dem Drei-Säulen-Modell „Ökonomie-Ökologie-Soziales“, was die Begriffsdefinition von Nachhaltigkeit umfangreicher gestaltet hat. Bei Nachhaltigkeit geht es um kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung, sodass Ressourcen nicht verbraucht, sondern genutzt werden und für die zukünftigen Generationen nutzbar bleiben. Die Beschreibung eines unendlichen Prozesses trifft es gut, da es nicht mit der Erreichung eines Ziels getan ist. So positiv wie der Begriff behaftet ist, hat auch er seine Schattenseiten. Greenwashing ist das Vermarkten eines nicht nachhaltigen Produkts als nachhaltiges Produkt und wird von manchen Betrieben, um negative Beiträge zu verschleiern. Um Nachhaltigkeit in der Unternehmensphilosophie erfolgreich zu implementieren, bedarf es einem Strategie-Mix. Während Pufé die Strategien von Konsistenz, Suffizienz und Effizienz unterscheidet, zählt das Umweltbundesamt die Vermeidung hinzu, worunter der assimilatorische Aspekt sowie die Regenerationsfähigkeit zu betrachten ist.

Mit dem Wandel der Bedeutung von Nachhaltigkeit, entwickelten sich ebenfalls neue Reiseformen, sodass der sanfte Tourismus dem Massentourismus gegenübersteht. Dabei steht der sanfte Tourismus als Überbegriff für nachhaltigere Reiseformen. Darunter versteht sich ein bewusstes, entschleunigtes Reisen, bei denen Ressourcen geschont und Müll vermieden, Regionalität unterstützt und geschätzt, menschliche Werte respektiert werden und Touristen sich als Gast in einem anderen Land vorbildlich verhalten. Ein weiterer Aspekt des sanften Reisens ist sich und sein Verhalten, aber auch andere Sachen zu hinterfragen, nicht um jemanden zu belehren, sondern um sich selbst weiterzuentwickeln und andere positiv zu beeinflussen.² Neben den

¹ Vgl. *Pololikashvili, Z.*, One Planet, o.J.

² Vgl. *Schulz, C.*, Nachhaltig, 2020, S.39ff.

Reiseformen entwickelten sich auch verschiedene Zielgruppe, wie z.B. die LOHAS, die die Werte des sanften Tourismus leben.

Auch in der Politik wird sich dem Thema Nachhaltigkeit gewidmet. Im Jahr 2015 wurde die Agenda 2030 beschlossen, worin 17 Nachhaltigkeitsziele festgelegt wurden. Verschiedene Unterziele sollen dabei helfen das jeweilige SDG zu erfüllen. Um die Ziele prägnant zusammenzufassen: Es gilt Armut und Hunger allseits zu beenden. Gesundheit und Wohlergehen, eine hochwertige Bildung, Geschlechtergleichheit, ausreichend sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen, bezahlbare und saubere Energie, menschenwürdiges Arbeiten und Wirtschaftswachstum sollen global sichergestellt werden. Industrie, Innovation und Infrastruktur gilt es zu modernisieren und weiterentwickeln. Ungleichheiten sollen beseitigt, Städte und Gemeinden sowie Konsum und Produktion nachhaltig gefördert werden. Das Klima, das Leben unter Wasser und an Land gilt es zu schützen. Für alle Ziele ist es förderlich Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen zu wahren sowie globale Partnerschaften zu bilden.¹ Für eine klimafreundlichere Weltwirtschaft gibt es außer der Agenda 2030 zusätzlich weitere politische Beschlüsse. Im Rahmen dieser Arbeit wurden beispielhaft das „Pariser Klimaabkommen“, die internationalisierte „deutsche Nachhaltigkeitsstrategie“ und das „Sustainable Tourism Programme“ der UNWTO angeführt.

3 Forschungsarbeit

3.1 Experteninterviews

Anhand von fünf Experteninterviews wurde im Folgendem versucht, unterschiedliche gesellschaftliche, politische, aber auch privatwirtschaftliche Blickwinkel auf das Thema dieser wissenschaftlichen Arbeit zu generieren. Dabei wurden selektiv politisch Verantwortliche unterschiedlicher Parteien sowie zwei Hotelbetreiber in Bezug auf Ihre Meinung befragt. Im Rahmen der Interviews wurde zunächst das Verständnis unter dem Begriff Nachhaltigkeit geklärt. Anschließend wurde herausgearbeitet, welche Bedeutung den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit aus den unterschiedlichen Blickwinkeln zukommt, sodass die Frage aufkam, welche Chancen und Herausforderungen die Experten in einer nachhaltigen Ausrichtung bei Hotel- und Beherbergungsbetrieben sehen. Danach wurde kurz auf die zahlreichen Zertifizierungsmöglichkeiten eingegangen, bevor die SDGs thematisiert werden. Abschließend wurden die Experten gefragt, was Ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bez. einer nachhaltigen Ausrichtung sei.

¹ Vgl. Kaiser, U., Armut, 2019 i.V.m.; Kaiser, U., Wasser, 2019.

3.1.1 Vorgehensweise und Vorstellung

In der beigefügten Tabelle befindet sich eine Auflistung der interviewten Experten. Diese wurden nach einem Zufallsprinzip und Recherche ausgewählt. Die Verfasserin dieser Arbeit traf z.B. Frau Werner zunächst bei einem Treffen der Freizeitwirtschaft in Berlin, während die anderen Politiker aufgrund ihrer Zuständigkeiten ausgewählt wurden. Zusätzlich wurde angenommen, dass sich die Politiker mit den SDGs besser auskennen müssten und daher hilfreicher bei der Beantwortung der Fragen wären. Bei der Recherche nach nachhaltigen Hotels ist das Hotel Rehlegg und das Kreativhotel Luise positiv aufgefallen. Sie wurden außerdem ausgewählt, weil Sie als Unternehmer Nachhaltigkeit zunehmend umsetzen müssen und die Praxiserfahrung mitbringen. Jedem Experten wird in der Tabelle eine Identifikation (ID) zugewiesen, um die Verständlichkeit im Laufe der Diskussion zu vereinfachen.

Tabelle 1 Zuweisung einer ID für jeden Experten

Experte	Organisation	Position	ID	Dauer
Lena Werner	SPD	Bundestagsabgeordnete	LW	Ca. 35 min
Hannes Lichtmannegger	Hotelier	Eigentümer	HL	Ca. 45 min
Christian Zwanziger	Bündnis 90/Die Grünen	Abgeordneter im Bayerischen Landtag	CZ	Ca. 45 min
Jana Schimke	CDU	Vorsitzende im Tourismusausschuss	JS	schriftlich
Benjamin Förtsch	Hotelier	Eigentümer	BF	schriftlich

Quelle: Eigene Darstellung

Jedes Experteninterview wurde aufgenommen und anschließend transkribiert.¹ Dabei wurden die Regeln nach Mayring befolgt, sodass vollständig und wörtlich transkribiert wurde, lediglich Dialektfärbungen wurden eingedeutscht. Ausdrücke wie „äh“ und Ähnliches wurden weggelassen und bei Unklarheiten wurden Punkte (...) eingeführt. Nonverbale Merkmale und besondere Auffälligkeiten, z.B. Lachen, wurde in Klammern kenntlich gemacht. Das Format und die Symbole wurden den formellen Vorgaben für diese Arbeit und den Experten angepasst. Im Transkript steht „I:“ für die Person, die das Interview geführt hat. Mithilfe der ID aus der vorherigen Tabelle werden die Antworten kenntlich gemacht.² Ziel der Analysen war es das Verständnis zu

¹ Die Protokolle der Experteninterviews sind im Anhang zu finden.

² Vgl. Mayring, P., Qualitative Inhaltsanalyse, 2015, S.57.

erweitern, den Inhalt systematisch zusammenzufassen und den anderen Aussagen gegenüberzustellen, um Überschneidungen und Abweichungen aufzeigen zu können. Da nur bestimmte Inhalte berücksichtigt werden, die den nachfolgenden Überschriften zu entnehmen sind, wird von einer induktiven Kategorienbildung gesprochen.¹

An dieser Stelle werden die ausgewählten Experten kurz vorgestellt. Lena Werner (LW) absolvierte ein duales Studium im Fach Tourismuswirtschaft mit der Vertiefung Eventmanagement. Sie ist seit 2021 Bundestagsabgeordnete und zudem stillredende Sprecherin bei der SPD für Tourismus. Ihre Aufgaben bestehen darin den Ausschusssitzungen beizuwohnen und die unterschiedlichsten Themen zu diskutieren, sowie abschließend hinsichtlich Gesetzen oder anderen Anträgen abzustimmen.² Jana Schimke (JS) ist seit 2003 Mitglied der CDU und seit 2021 Vorsitzende des Ausschusses für Tourismus. Ihre Aufgaben sind es Gesetze, Initiativen und Anträge nach Beratung durch den Tourismusausschuss im Deutschen Bundestag vorzubringen.³ Christian Zwanziger von den Grünen ist Mitglied des Landtags und studierter Geograph. Er ist Sprecher für Tourismus und Landesentwicklung und behandelt diese beiden Themengebiete in der Regel unabhängig voneinander.⁴ Für die Heranziehung von Praxiserfahrung wurden die beiden Hoteliers Ben Förtsch vom „Creativhotel Luise“ in Erlangen und Hannes Lichtmanegger vom „Hotel Rehlegg“ in Ramsau befragt. Ben Förtsch ist Geschäftsführer des „Creativhotel Luise“, das er von seinen Eltern übernahm. Den umweltfreundlichen Kurs nahmen seine Eltern bereits auf und er schaffte es, dass es das erste klimapositive Hotel Deutschlands wird.⁵ Hannes Lichtmanegger leitet mit seinem Cousin das „Berghotel Rehlegg“, wobei seine Tochter immer mehr die Geschäftsführung übernimmt. In seinem Hotel spielen Regionalität und Nachhaltigkeit eine entscheidende Rolle. Er engagiert sich auch außerhalb seines Hotels für Nachhaltigkeit.⁶

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Aussagen der Experten gegenübergestellt, miteinander verglichen und in Zusammenhang mit der Literaturrecherche gebracht.

¹ Vgl. *Mayring, P.*, Qualitative Inhaltsanalyse, 2015, S.67f.

² Vgl. *Lena Werner*, Lena Werner, o.J.i.V.m. Experteninterview.

³ Vgl. *Schimke, J.*, Ehrenamt, o.J.i.V.m. Experteninterview., 2022.

⁴ Vgl. *Zwanziger, C.*, Über mich, o.J.i.V.m. Experteninterview.

⁵ Vgl. *Ben Förtsch*, Creativhotel, 2022.

⁶ Vgl. *Lichtmanegger*, Interview, 2022.

3.1.2 Der Nachhaltigkeitsbegriff aus Expertensicht

Die Experteninterviews bestätigen die Literaturrecherche. Es gibt Schnittstellen in der Deutung des Nachhaltigkeitsbegriffs und dennoch versteht jeder etwas anderes unter dem Begriff. Der Begriff CSR oder das dem zugehörige Drei-Säulen-Modell wird dabei häufig mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht.

JS versteht darunter ein Leben und Arbeiten, bei dem Ökologie und Ökonomie sich im Gleichgewicht befinden, Ressourcen geschont und der Nachwelt durch Innovation und neue Technologien profitable Hinterlassenschaften übergeben werden. HL bezieht den Nachhaltigkeitsbegriff direkt auf sein Hotel und schreibt dem Begriff in dem Umfang die vier Hauptthemen Regionalität, Energieeffizienz, Elektromobilität und Mitarbeiter zu. Das ressourcenökonomische Prinzip erwähnt er nicht explizit in seiner Definition, allerdings macht er bez. Energieeffizienz deutlich, dass sich sein Hotel selbst versorgen kann und dafür keine externen Ressourcen benötigt. BF schreibt Nachhaltigkeit etwas Kontinuierliches zu und vergleicht es mit einem Spiel, bei dem es gilt, stets das nächste Level zu erreichen. LW und CZ sehen die Problematik, dass Nachhaltigkeit ein sehr dehnbarer Begriff ist, der „gerne vor alles Mögliche“¹ geschoben wird. Während LW das Drei-Säulen-Modell aus dem CSR-Konzept zur Erklärung anbringt, geht es für CZ darum den „Planeten weniger kaputt“, wenn möglich intakter als zuvor zurückzulassen. Er schreibt dem Begriff etwas Dauerhaftes zu.

Jeder Experte hat zwar eine unterschiedliche Vorstellung von der Bedeutung von Nachhaltigkeit, dennoch ist kein Erklärungsversuch falsch. Im Gegenteil, sie verdeutlichen, wie hoch der Deckungsgrad von Nachhaltigkeit zu CSR ist. Alle Experten schreiben dem Begriff ein verantwortungsbewusstes Handeln zu und sehen darin eine Notwendigkeit. Jeder sieht einen Bezug zur Natur und zur Nachwelt, bzw. nachfolgenden Generationen. BF äußert dies bspw. durch das C2C-Konzept, LW stellt heraus, dass die Nutzung von Ressourcen in einem Rahmen sein sollte, in dem die „Regenerationsfähigkeit und Verträglichkeit“ gegeben ist. Dies deckt sich mit der Aussage von Carlowitz, der der Auffassung war, dass der Wald in dem Maße verwertet werden darf, wie er reproduziert werden kann.

¹ Vgl. Zwanziger, Interview, 2022.

3.1.3 Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben aus Expertensicht

Der Politik wird zugeordnet dem Schutz der Menschenrechte nachzukommen, die lokale Bevölkerung im Tourismus mehr einzubeziehen, einen verantwortungsvollen Ressourcenumgang zu wahren, klimaschädliche Subventionierungen abzuschaffen, Klimaauswirkungen durch Unternehmen transparent darzustellen und über nachhaltiges Verhalten mehr zu informieren, bzw. die Menschen dahingehend zu bilden. Die Tourismusunternehmen sind ebenfalls in der Pflicht die lokalen Märkte zu integrieren, verantwortungsbewusst mit den Ressourcen umzugehen, Arbeitsrechte zu wahren und jeden Menschen gleichzustellen. Durch globale Partnerschaften könnten Unternehmen einen fairen Handel herbeiführen und gleichzeitig Respekt für internationale Standards vermitteln. Aber auch jeder Einzelne wird gebeten die „planetarischen Belastungsgrenzen“¹ zu respektieren und sein Konsumverhalten zu überdenken.²

Die Experteninterviews zeigen, dass bei einer nachhaltigen Ausrichtung jeder Experte unterschiedliche Herausforderungen sieht. JS und LW sehen finanzielle und personelle Mittel. JS begründet die fehlende Liquidität für nachhaltige Investitionen mit den Umsatzeinbrüchen durch die Corona-Pandemie, wie bereits in Abbildung vier aufgezeigt wurde. Kein anderer Experte bringt dies in direkten Zusammenhang. Während JS fehlende personelle Mittel darlegt, beschreibt LW die hohe Arbeitsbelastung, die auf wenig Personal ausgelegt wird und verdeutlicht somit den Druck, unter dem das Personal steht. LW sieht die finanziellen Herausforderungen zudem mehr bei kleineren Betrieben. Allerdings sollte berücksichtigt werden, dass alle Hotels Umsatzeinbrüche aufgrund der Corona-Pandemie erlitten haben und mit der Größe des Hotels, bzw. deren Umfang, in der Regel die Kosten steigen.

BF ist mit seinen Äußerungen über die Herausforderungen dezent und äußert lediglich, dass „die meisten denken, Nachhaltigkeit sei teurer und habe mit Verzicht zu tun.“ Bei CZ und HL sind die Antworten diesbezüglich ausführlicher und beleuchten unterschiedliche Aspekte. CZ sieht die Herausforderung darin die Lücke, zwischen nachhaltig reisen wollen und tatsächlich nachhaltig reisen, zu schließen. Dies wurde zuvor bereits von Pufé angemerkt, dass sobald das (eigene) Verhalten überdacht wird und nachhaltiger gehandelt werden soll, die Akzeptanz und Relevanz der Thematik an ihre Grenzen stößt.³ Und Schulz, der einen Ratgeber hinsichtlich nachhaltigem Reisen verfasste, unterstützt diese Aussage, indem er den Fakt anführt, dass 70

¹ Dreyer, A., *Tourismuswende*, 2016, S.11.

² Vgl. Dreyer, A., *Tourismuswende*, 2016, S.9ff.

³ Vgl. Pufé, I., *Nachhaltigkeit*, 2017, S.25.

Prozent der Deutschen gerne nachhaltig reisen möchten und nur sieben Prozent tatsächlich nachhaltig reisen.¹ Einerseits ist unter anderem der unzuverlässige öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) Grund dafür. CZ begründet es andererseits indirekt damit, dass es Gewohnheiten dem Menschen erschweren, nachhaltig zu agieren, z.B. indem für die gastronomische Küche geschälte Kartoffeln eingekauft werden, anstatt sie selbst zu schälen. Gewohnheiten sind in der Tat schwer abzulegen. Die Art etwas zu tun, wird zur Routine. Wenn jemand nachhaltiger agieren möchte, gilt es die eigenen Gewohnheiten zu durchbrechen, um etwas zu verändern. Dieser Prozess selbst stellt eine Herausforderung dar. Der Sozialpsychologe Wilhelm Hofmann widmet sich der Gewohnheitsforschung und spricht in einem Interview davon, dass Gewohnheiten nicht zwangsläufig etwas Schlechtes sind, sondern zum Überleben beitragen. Ohne Gewohnheiten würde das Gehirn überfordert sein. Er beschreibt Gewohnheiten als etwas Automatisches und Unbewusstes, dabei wird der Vergleich zu Reflexen herangezogen, wobei Gewohnheiten zumeist mit Belohnung verbunden sind.² Die Selbsteinsicht oder ein Erweckungsmoment deckt die Möglichkeit der Veränderung auf. Gewohnheiten muss sich bewusst zur Wehr gesetzt werden, dabei definiert Hofmann nicht, wie lange es dauert eine Gewohnheit zu ändern. Er beschreibt es, dass sich viele Male bewusst gegen die Gewohnheiten entschieden werden muss und Stress diesen Prozess, alte Gewohnheiten durch neue Gewohnheiten zu ersetzen, erschwert.³ Ein Verhalten zu überdenken, wie Pufé erklärte, ist eine Seite der Münze, während das Ändern dieses Verhaltens hin zu nachhaltigem Handeln die andere Seite darstellt. Eine gewisse Schwerfälligkeit und Bequemlichkeit, die HL anbringt, lässt sich ebenfalls auf den Gewohnheitsaspekt zurückführen. HL sieht als weitere Herausforderung den Fachkräftemangel und führt an, dass nicht jeder Mitarbeiter weiß, wie ein ganzes Tier zu verarbeiten ist. Es muss gelehrt werden und ist arbeits- und somit zeitintensiv. Das Vermitteln von Nachhaltigkeit stellt eine andere Herausforderung dar. Auf den Gast sollte weder mit dem Finger gezeigt werden, noch sollte er belehrt werden. HL hat die Ansicht: „Wen es interessiert, dem kann es erklärt werden.“ CZ merkt weiterhin an, dass große Unsicherheiten auf der Unternehmenseite herrschen. Dies betrifft nicht ausschließlich die Hoteliers, kalkuliert sie als Unternehmer aber mit ein. Die Unsicherheiten bezieht er darauf, ob die Investitionen lohnenswert sind und ob es der „richtige“ Schritt ist. HL und BF machen deutlich, dass das Handeln und Überdenken ein grundsätzlicher Schritt in die nachhaltige Richtung sind. CZ sieht die Verantwortung bei der Politik, den Unternehmern mit mehr Beratung

¹ Vgl. *Schulz, C.*, Nachhaltig, 2020, S.14.

² Vgl. *Buhrow, T./Moll, S.*, Gewohnheiten, 2022, 11min 25sek ff.

³ Vgl. *Buhrow, T./Moll, S.*, Gewohnheiten, 2022, 28minff.

zur Verfügung zu stehen. HL sieht die Bequemlichkeit als größte Herausforderung. „Anders bewegen, anders arbeiten, ein bisschen vorausschauen“ ist sein Appell, dann kommt die Veränderung ganz von allein. Er erklärt außerdem, dass es Zeit braucht, bis dass der Gast versteht, akzeptiert und/oder erkennt, dass sich etwas ändert. Ein weiterer Punkt, den viele Experten aufgreifen, sind die Lebensmittel. Durch regionalen Einkauf wird einerseits die direkte Umgebung unterstützt, andererseits ist es oft mit höheren Kosten verbunden. Dabei wird von HL angemerkt, dass es einfacher und schneller ist, das billigste Fleisch zu bestellen, welches dann im Plastikbeutel geliefert wird und nur noch gegrillt werden muss. Aber er positioniert sich klar auf der Seite das ganze Tier beim regionalen Bauern zu kaufen. Bei einem Ochsen sind das zwischen 600 und 700 Kilogramm Fleisch, die erst einmal verarbeitet werden müssen. Dafür werden Fachkräfte benötigt, aber die Qualität ist hochwertiger und davon profitiert schließlich der Gast. HL erklärt außerdem, dass er das Geld, was er zusätzlich für regionale Produkte ausgibt, durch das Blockheizkraftwerk (BHKW) bereits einspart und somit an anderer Stelle verwendet, um seinen Gästen mehr Qualität bieten und durch kürzere Lieferwege CO₂ einsparen zu können. LW verweist ebenfalls auf eine vollständige Verwertung der Lebensmittel und eine damit zusammenhängende Reduktion von Müll. Mit dem C2C-Konzept, das BF in Form von nachwachsenden Hotelzimmern anwendet, wird Müll vermieden und da BF natürliche Ressourcen für die Zimmer verwendet, ist stets alles recyclebar. Er möchte mit seinem Konzept zeigen, dass Nachhaltigkeit nicht zwangsläufig höhere Preise und Komfortverlust bedeuten, sondern einen Mehrwert mit sich bringt.

Der Umfang der SDGs und das weitläufige Verständnis von Nachhaltigkeit erschweren es den ersten Schritt zu machen. Bei der Auswahl an Möglichkeiten kann ein Hotelier oder jeder andere Unternehmer überfordert sein. Zumal das Erfüllen aller SDGs für einen Einzelnen, sei es Betrieb, Unternehmer oder Privatperson, schlichtweg unmöglich erscheint. Es erfordert jeden Einzelnen der Gesellschaft.¹

3.1.4 Chancen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben aus Expertensicht

Alle Experten ordnen den Hotel- und Beherbergungsbetrieben eine große Rolle in puncto Nachhaltigkeit zu. BF betont sogar, dass es der „Grundsatz für jedes Handeln und alle Entscheidungen“ ist. JS deutet zudem darauf hin, dass es aus betriebswirtschaftlicher Sicht bereits nachteilig sei, verschwenderisch mit den Ressourcen umzugehen. Die interviewten Experten sind sich außerdem einig, dass die Zertifizierungsmöglichkeiten kritisch zu betrachten sind. Der Aufwand für den Betrieb ist zunächst

¹ Vgl. Kaiser, U., Ziele, o.J.

hoch, aber die Auswahl von Siegeln ist vielseitig und verwirrt letztlich den Konsumenten, was zur Folge hat, dass der Gast nicht mehr darauf achtet, „denn der kennt sich ja gar nicht mehr aus“, wie HL es ausdrückt. CZ vertritt die Meinung, dass das Einführen einer Dachmarke sinnvoll wäre, sodass alle Siegel einheitliche Standards pflegen und zusätzlich ihre Schwerpunkte festlegen können. Somit sieht er in der Dachmarke die Gelegenheit dem Gast mehr Klarheit zu bieten, sodass Nachhaltigkeitssiegel eine gewisse Aussagekraft zugesprochen werden kann.

JS äußert, dass das gesellschaftliche Bewusstsein für Nachhaltigkeit zugenommen hat und sieht dies als Chance an. CZ bestärkt die Aussage, indem er anbringt, dass auf Buchungsplattformen zunehmend nach nachhaltigen Aspekten gefiltert werden kann. Daraus lässt sich schließen, dass die Buchungsportale die Nachfrage ebenfalls erkennen. Die Glaubwürdigkeit der Ergebnisse stellt dabei eine andere Frage dar, die nicht Thema dieser Arbeit ist. Hier kann jedoch auf die bereits erläuterten Merkmale von Greenwashing und sein Erkennen hingewiesen und ein kritisches Hinterfragen empfohlen werden. Das gesellschaftliche Bewusstsein und die zunehmende Nachfrage nach Nachhaltigkeit initiierten bei Unternehmen, die bisher keine Notwendigkeit darin sahen, ein Umdenken und das C2C-Konzept gewinnt an Bedeutung. Etwas wieder in die Umwelt zurückführen oder zu recyceln kann den Hoteliers und anderen Unternehmern sogar wirtschaftliche Vorteile bringen, z.B. wenn aus dem Schrank ein Schreibtisch wird oder aus der Obstschale ein Lampenschirm und nicht direkt Neuware konsumiert werden muss.

Bis auf JS waren sich alle Experten darin einig, dass durch eine nachhaltige Ausrichtung Kosten eingespart werden können und es somit einen betriebswirtschaftlichen Vorteil mit sich bringt. JS hatte dazu keine Äußerung vorgenommen. HL erläutert das Kosteneinsparen an dem Beispiel eines BHKWs.¹ Bei dieser Investition in Höhe von 90.000 Euro beträgt die Amortisationsdauer² sieben Jahren, laut HL. Zusätzlich können Fördermittel beantragt werden und sein Hotel spart dadurch etwa 70.000 Euro jährlich. HL betont dabei, dass dieses Vorhaben jede Bank unterstützt. Die Berechnung der Amortisationsdauer lässt sich aus dieser Darstellung nicht nachvollziehbar ableiten, allerdings zeigt es, wie hoch, nämlich im fünfstelligen Bereich, die Ersparnisse ausfallen können. Vor allem energieeffiziente Gebäude unterstützt der deutsche Staat durch Fördermittel, sei es eine Photovoltaikanlage, ein BHKW, die Dämmung usw.. Dabei werden andere Möglichkeiten außer Acht gelassen, z.B. um Wasser zu

¹ Definition: Ein BHKW ist ein modular aufgebautes Heizkraftwerk, dass der Stromerzeugung und Wärmegewinnung dient Typische Anwendungsfelder sind die Warmwasserversorgung und Beheizung. Vgl. *Paschotta, R.*, Blockheizkraftwerk, 2022.

² Definition: Amortisation beschreibt den Prozess, bei dem Erträge durch eine Investition, die Anschaffungskosten dieser Investition decken. Vgl. *Stamer, A.*, Amortisation, o.J.

sparen durch eine Regenwassernutzungsanlage oder eine Wasserrecycling- oder Wasseraufbereitungsanlage. Genauer wird darauf bei der Umsetzung der SDGs in Hotel- und Beherbergungsbetrieben eingegangen.

CZ macht zudem darauf aufmerksam, dass durch eine nachhaltige Ausrichtung Personal gehalten werden kann, weil es aus Überzeugung arbeitet. HL verifiziert diese These, dadurch, dass er bei dem Definitionsansatz von Nachhaltigkeit sagt, dass die Auszubildenden von überall kommen und in der Corona-Krise 75 Prozent der Mitarbeiter gehalten werden konnten, wohingegen andere Unternehmen ihre Mitarbeiter entließen und nun kein Personal mehr finden. CZ erwähnt außerdem die Unsicherheiten, die in manchen Betrieben vorherrschen bezüglich betriebswirtschaftlicher Entscheidungen. Da sieht er die Verantwortung bei der Politik, welche den Betrieben durch Beratung oder Absicherung zur Seite stehen sollte.

3.1.5 Die SDGs aus Expertensicht

Die SDGs zeigen viele Möglichkeiten, wie sich ein Unternehmen zukunftsorientiert aufstellen kann, wobei die Komplexität der Handlungsfelder hinderlich sein kann, wie bereits angeführt wurde. Einige Betriebe wissen nicht, wo sie anfangen sollen, um sich nachhaltig aufzustellen, bzw. umzustrukturieren. Und da ist der Appell aller Experten der gleiche: Machen. HL äußert: „Die Kollegen sollen einfach nicht lange rum-eiern“ und BF sagt: „Man muss einfach den ersten Schritt machen!“ Beide zeigen durch ihre Betriebe, dass es möglich ist, sagen aber auch, dass es nicht von jetzt auf gleich geht, sondern dass es sich bei der nachhaltigen Transformation um einen sukzessiven Prozess handelt. Die befragten Politiker sind in der Formulierung etwas dezent. Da heißt es, Nachhaltigkeit zahlt sich aus. Es wird der Wunsch geäußert, dass sich mehr Betriebe als bisher auf den Weg machen und es wird eingeräumt, dass den Betrieben die nötige Zeit und entsprechende Handlungsmöglichkeiten bereitgestellt werden muss. Außer HL ist jeder Experte von den SDGs überzeugt. HL findet es „zu aufgeblasen, viel zu theoretisch [...] Viel zu kompliziert, viel zu aufwendig, viel zu weit weg von der Praxis.“ Er empfindet, dass es den Unternehmern „aufs Auge gedrückt“ wird, es die meisten überfordert und ggf. abschreckt etwas zu tun. BF hingegen empfindet die SDGs als „tolle Sache“ und unterstreicht, dass in seinem Hotel bereits mehr als 200 Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt werden, die mindestens eines oder mehr der SDGs abbildet.

Um die Umsetzung der SDGs zu unterstützen, weist LW auf das Förderprogramm LIFT hin. Das Förderprogramm richtet sich explizit an den Tourismus und unterstreicht die Regionalität von Tourismusdestinationen, indem Produktionszentren besser vernetzt und lokale Lieferketten unterstützt werden. JS spricht davon, dass die umfassende Förderlandschaft schwer zu durchschauen ist, verweist jedoch auf die

Internetseiten der Ministerien. BF verweist ebenfalls darauf und auf die Deutsche Energie-Agentur (DENA). Bei den Handlungsempfehlungen wird hierauf näher eingegangen.

CZ ist von den SDGs ebenfalls überzeugt und wünscht sich, dass die Politik einen größeren Handlungsdruck bei der Erfüllung dieser verspüren würde. Das nachhaltige Wirtschaften, das Beschaffen von Personal hält er in Hotels für umsetzbar. Hinsichtlich Förderprogrammen verweist er auf den bayrischen Wirtschaftsminister für Tourismus, Hubert Aiwanger. Es wurde sich mit seinem Büro in Kontakt gesetzt, jedoch war ein Experteninterview oder eine schriftliche Beantwortung der Fragen: „Was unternimmt der Staat explizit für Hotel- und Beherbergungsbetriebe, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten“ und „Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs, wenn ja welche?“ nicht möglich. CZ erwähnt allerdings die Hilfsprogramme im Zuge der Corona-Pandemie und erläutert, dass sogenannte Restart-Programme entwickelt wurden. Dabei wurden Betriebe gefördert, um wieder zu eröffnen. CZ kritisiert, dass dabei eine Chance verpasst wurde die Restart-Förderungen an zwei bis vier Nachhaltigkeitskriterien zu koppeln, die eine Eintrittshürde in diese Programme darstellen. Er nennt es eine verpasste Chance und nimmt auch sonst nicht wahr, dass die SDGs eine starke Rolle bei den Förderprogrammen in Bayern und im Tourismus spielen. Es würde vermutlich rückwirkend betrachtet werden, welche Fördermittel auf welche SDGs bezogen werden können.

LW weist daraufhin, dass mehr Bewusstsein für die SDGs in der breiten Bevölkerung geschaffen werden muss und JS vergegenwärtigt, dass Deutschland bereits hohe Standards in Bezug auf die SDGs besitzt, darunter europaweit die höchsten Arbeitsschutz- und Arbeitsrechtsstandards. Sie sieht Deutschland als Vorreiter und Vorbild.

Es zeigt sich, dass die Expertenmeinungen weit auseinandergehen und die einzelnen Aussagen, teilweise schwer in Relation zu setzen sind. Die Mehrheit befürwortet die SDGs. HL setzt Nachhaltigkeit und einige der SDGs (z.B. Energieeffizienz) in seinem Betrieb um, hat jedoch den Eindruck, dass die Politik mit Hilfe der SDGs, die Verantwortung auf die Unternehmer überträgt. CZ ist ebenfalls nicht davon überzeugt, dass die SDGs das Handeln der Politik beeinflussen, dennoch werden wichtige Punkte durch diese Verabschiedung aufgegriffen und zeigt das Ausmaß und die Verflochtenheit von Nachhaltigkeit. Sie bieten viele Möglichkeiten sich für Nachhaltigkeit einzusetzen und zeigen Themengebiete auf, die schnell in Vergessenheit geraten.

3.2. Handlungsempfehlungen

3.2.1 Sustainable Development Goals in Hotel- und Beherbergungsbetrieben
Um einen direkten Zusammenhang zwischen den SDGs und Hotel- und Beherbergungsbetrieben herzustellen, werden nachfolgend die in Hotels relevanten SDGs kritisch betrachtet und aufgezeigt, was die Hotelbranche bereits tut und wo Entwicklungsbedarf besteht. Wenn Hotel- und Beherbergungsbetriebe, oder auch andere Unternehmen, verschiedene nachfolgende Maßnahmen noch nicht aufgreifen, können diese als Inspiration dienen. Nachfolgend lässt sich SDG 10 oftmals hinzuziehen, weswegen diesem kein einzelner Punkt gewidmet wurde.

3.2.1.1 SDG 1 Armut & 2 Hunger

Laura Jäger ist Referentin für Tourismus und Entwicklung in der Arbeitsstelle „Tourism Watch“ bei Brot für die Welt und erläutert in ihrem Artikel, dass der Tourismus sein Potenzial zur Armutsreduzierung nicht ausschöpft, da die internationalen Tourismuskonzerne den größten Teil des Reisepreises erhalten. Sie erklärt, dass der Tourismus langfristig betrachtet die Einkommensunterschiede und somit Armut sogar verstärkt, zum einen dadurch, dass der Tourismus zu wenig Steuereinnahmen generiert, die für eine nachhaltige Entwicklung benötigt würden, zum anderen weil die Arbeitsbedingungen prekär sind: neben der saisonalen Abhängigkeit des Tourismus, werden die Mitarbeiter schlecht vergütet und es erhalten nur Personen Aufstiegschancen, die Fremdsprachen sprechen und formell gebildet sind und schließlich gibt es keinen festen Vertrag und somit keine soziale Sicherheit.¹ Das die Aufstiegschancen nicht jedem gewährt werden können, stellt gleichzeitig eine Ungleichheit dar und weist auf fehlende Bildung (SDG 4) hin. Die Mitarbeiter könnten durch den Arbeitgeber dahingehend geschult werden, indem er sich für eine gewisse Zeit an den Betrieb bindet und somit eine Win-Win-Situation für beide Seiten schafft.

Hinsichtlich Hunger sind Hotel- und Beherbergungsbetriebe fortschrittlich und innovativ. Programme wie „Too good to go“ oder „ResQ Club“ wirken der Lebensmittelverschwendung entgegen. Dabei geht es um die Reduzierung, wenn nicht sogar Vermeidung von Lebensmittelverschwendung. Restaurants gestalten Resteboxen, die sie günstig am Ende des Tages abgeben. Bei anderen Applikationen werden Lebensmittel teilweise sogar verschenkt.² Auch hoteleigene Restaurants haben die Möglichkeit daran teilzunehmen und so Müll zu vermeiden bzw. zu reduzieren.

¹ Vgl. Jäger, L., Riskante Abhängigkeit, 2019; i.V.m. Vgl. Pololikashvili, Z., One Planet, o.J.

² Vgl. Edenharder, K., Food Waste, 2021.

3.2.1.2 SDG 3 Gesundheit & 4 Bildung

Die Corona-Pandemie verdeutlichte die Auswirkungen, die die Gefährdung von „Gesundheit und Wohlergehen“ auf alle Lebensbereiche und somit die anderen Nachhaltigkeitsziele haben kann. Die Bundesregierung stellte fest, dass es aufgrund der Pandemie Rückschritte bezüglich der weltweiten Armutsbekämpfung gibt, gleichzeitig förderte die Pandemie das Nachhaltigkeitsbewusstsein bei der Gesellschaft.¹ Ein anderer Punkt ist der Stress in Hotel- und Beherbergungsbetrieben, der die menschliche Gesundheit beeinflusst. Eine Studie der „Southern Medical University“ mit etwa 138.000 Befragten belegt, dass der Kellner den stressigsten Job der Welt hat.² „The Institute of Drinks“ untersuchte das Thema „Suchtprobleme in der Gastronomie“ und stellte fest, dass die Gastronomie ein Suchtproblem hat und sich für das Personal in der Gastronomie etwas ändern muss. 80 Prozent der Befragten gab an mit Kollegen, die ein Alkoholproblem haben, zu tun zu haben und fast 90 Prozent empfinden die Gastronomie verleitet zu Nikotin- und Alkoholkonsum. Erschreckend ist, dass die Frage, ob bereits mit alkoholisierten Kollegen gearbeitet wurde, von ca. acht Prozent verneint wird und 92 Prozent dies bejahen, wobei 56 Prozent „Oft“ angeben. Der These, dass 80 Prozent der Gastronomen Raucher sind, stimmen ca. 88 Prozent der Befragten zu und für die Suchtgefahr wird der psychische Druck als Erklärung herangezogen.³ Hinsichtlich des Rauchens haben viele Hotel- und Beherbergungsbetriebe inzwischen die Regel eingeführt, dass Nichtraucher mehr Urlaubstage bekommen.⁴ Angenommen ein Raucher geht täglich einmal fünf Minuten rauchen: Bei einer 5-Tage-Woche enthält ein Kalenderjahr im Durchschnitt nach Abzug des Urlaubs etwa 230 Arbeitstage. $5 \times 230 = 1150$ Minuten im Jahr. Teilt man nun die 1150 Minuten durch 60 Minuten die Stunde, erhält man etwas mehr als 19 Stunden. Bei einem Arbeitstag mit netto acht Stunden Arbeitszeit, ergibt sich somit ca. 2,4 Tage, die ein Raucher zusätzlich erhält und dafür bezahlt wird. Indem ein Chef Nichtrauchern mehr Urlaub verspricht, schafft er einerseits einen Ausgleich und Gerechtigkeit (SDG 10), andererseits gibt er den Rauchern, die dem Rauchen absagen möchten, einen zusätzlichen Anreiz dazu und kümmert sich, um das gesundheitliche Wohlergehen. Außerdem bieten viele Hotels ihren Gästen Fitnessräume an, die oftmals als Benefit von Mitarbeitern mitgenutzt werden dürfen und ebenfalls die Gesundheit fördert.

Besonders hinsichtlich der Bildung (SDG 4) für eine nachhaltige Entwicklung können Hotel- und Beherbergungsbetriebe vor allem die Bewusstseinsbildung bei seinen

¹ Vgl. *Kaiser, U.*, Dt. Nachhaltigkeitsstrategie, o.J.

² Vgl. *Jergler, M.*, Gastro Studie, 2017.

³ Vgl. *Ladinig, P.*, Umfrageergebnisse, 2013.

⁴ Vgl. o.A., Nichtraucher, 2020.

Mitarbeitern und beim Gast fördern und zum kritischen Nachdenken anregen. Als Dienstleistungsgewerbe haben Hotels einen großen Einfluss auf den Gast, wichtig ist es dabei nicht belehrend, sondern empfehlend zu sein, wie HL ebenfalls verdeutlichte.

3.2.1.3 SDG 5 Geschlechtergleichheit & 10 Weniger Ungleichheiten

Das Dienstleistungsgewerbe ist ein sehr weiblich belastetes Gewerbe, dennoch sind in den Führungspositionen zu 73 Prozent Männer vertreten, wohingegen 27 Prozent Frauen sind.¹ Bei der Geschlechtergleichstellung mag die Frau in vielem benachteiligt sein, wie z.B., dass sie etwa 18 Prozent weniger verdienen als Männer. Hinsichtlich der Geschlechtergleichheit in den Führungsetagen gibt es Fördermöglichkeiten, um nachzusteuern.² Aber Ungleichheiten wird es immer geben. Herr X und Herr Y arbeiten auf der gleichen Position im gleichen Unternehmen, d.h. aber nicht, dass sie ein identisches Verdienst haben. Es kann damit verbunden sein, dass sie unterschiedliche Vertragsverhandlungen geführt haben und mit unterschiedlichen Erfahrungen die Stelle ausfüllen. Ungleichheiten wird es immer geben und sicherlich fällt es bei den Geschlechtern stärker ins Gewicht, aber ebenso gibt es genug Vorfälle bei denen farbige Personen gegenüber Weißen benachteiligt werden, wobei bei dem Thema der Richtigkeit halber mehr auf SDG 10 – Weniger Ungleichheiten hingewiesen werden muss. Eine weitere Ungleichheit sind allerdings auch die branchenunterschiedlichen Arbeitszeitgesetze. Im Arbeitszeitgesetz (ArbZG) wird festgehalten, dass die Mindestruhezeiten zwischen zwei Arbeitstagen elf Stunden ohne Unterbrechung betragen müssen, während es im Gastgewerbe zehn Stunden beträgt.³ Die Differenzierung stellt eine Ungleichheit dar. Die Tatsache, dass Ausnahmeregelungen für bestimmte Branchen aufgestellt werden müssen, ist dabei nicht das Problem, im Gegenteil, dem wird mit Verständnis entgegengetreten, allerdings gibt es dabei andere Wege. Ein Vorschlag wäre z.B., dass die Branchen vor dem Gesetz alle gleichgestellt werden. Der Arbeitgeber sollte dabei mehr in die Verantwortung gezogen werden, darauf zu achten, dass diese gesetzlichen Regelungen eingehalten werden, „das ist nämlich etwas ganz anderes“.⁴ Sollte es nicht anders möglich sein und nur eine Ruhezeit von sieben Stunden realisierbar sein, könnte der Arbeitgeber als Maßnahme eine Prämie an den Arbeitnehmer für die fehlenden drei Stunden zahlen. Das Gleiche sollte für die Höchstarbeitszeit von zehn Stunden gelten. Damit könnte sichergestellt werden, dass

¹ Vgl. *Kleinen, S.*, Gastronomie, 2022; i.V.m. Vgl. *Schulz, C.*, Nachhaltig, 2020, S.30. i.V.m. Interview LW

² Vgl. *Werner*, Interview, 2022

³ Vgl. *Dettmer, H./Hausmann, T.*, Wirtschaftslehre, 2014, S.47.

⁴ Vgl. *Werner*, Interview, 2022

Betriebe mehr auf die Einhaltung des ArbZG achten und diese aufgrund der betriebswirtschaftlichen Sicht umsetzen.

3.2.1.4 SDG 6 Wasser

Wasserknappheit ist ein Begriff, der immer häufiger in den Medien genutzt wird. Vor allem in den Sommermonaten ist eine erhöhte Trinkwassernachfrage und ausbleibender Niederschlag zu beobachten. Es besteht die Möglichkeit, dass Wasserknappheit in Zukunft drastischer ausfallen wird, und damit sind unmittelbare Konsequenzen sowohl für die Umwelt als auch für die Gesellschaft verbunden.¹ Recycling ist auch beim Wasserkonsum möglich. Hydraloop ist ein niederländisches Unternehmen, das sich auf Wasser-Recycling-Systeme spezialisiert hat und klar äußert, dass ein Wasser-Recycling-System ein Standarditem in jedem Haushalt darstellen sollte, ähnlich wie Solarpaneele.² Die Notwendigkeit im Recyceln von Wasser sieht das Unternehmen darin, dass lediglich drei Prozent des globalen Wasserzugangs Süßwasser ist und nur 0,014 Prozent zur Verfügung stehen. Mit der steigenden Populationsdichte, wie Pufé es bereits erklärte, und der Notwendigkeit von Wasser zum Überleben für alle Lebewesen, wird in Zukunft nicht für alle genug Wasser zur Verfügung stehen.³ Das Unternehmen konzentriert sich dabei nicht ausschließlich auf private Haushalte, sondern sieht bei Hotels ebenfalls eine große Chance. Es erkennt an, dass Hotels für einen hohen Servicestandard am Gast einen hohen Wasser- und Energieverbrauch haben, stellt ihr Produkt dabei als Lösung dafür vor und erklärt, dass die Vorteile einer Wasser-Recycling-Anlage in der Kostensenkung und Unabhängigkeit vom Umfeld liegen. Für Hotels gibt es die „Hydraloop Cascade“, die als Produkt auf die Größe der Hotels zugeschnitten werden können. Da die Einsparungen von Hotel zu Hotel unterschiedlich ausfallen.⁴ Mit einem Wasser-Recycling-System können bis zu 45 Prozent Wasser eingespart werden, indem das Wasser vom Duschen, Baden, Waschen u.v.m. für Toilettenspülung, Wäsche, die Gartenbewässerung und eventuell den Pool wiederverwendet wird.⁵ Allerdings beschäftigt sich dieses SDG neben der effizienten und nachhaltigen Nutzung auch mit einem Zugang für jedermann zu sicherem und bezahlbarem Trinkwasser. In der Wissenschafts- und Natur-Dokumentation „Brave Blue World: Die dringliche Lösung unserer Wasserkrise“ wird dabei das Projekt „The Water Box“ vorgestellt. Dabei werden große Maschinen aufgebaut, an denen sich kostenlos sauberes Wasser abgefüllt werden kann. Die Initiative fand ihren Ursprung,

¹ Vgl. *Riedel, T. u. a.*, *Niedrigwasser*, 2021, S.27.

² Vgl. *Valkieser, A.*, *About*, o.J.

³ Vgl. *Valkieser, A.*, *Why Recycle*, o.J.

⁴ Vgl. *Valkieser, A.*, *Products*, o.J.

⁵ Vgl. *Valkieser, A.*, *Home*, o.J.

darin dass verunreinigtes, gesundheitsschädliches Wasser durch die Leitungen von Flint in Michigan floss. Durch dieses Projekt konnten 1.028.281 Plastikflaschen ersetzt, mehr als 480.000 Liter sauberes Wasser verteilt und mehr als 160.000 Kilogramm CO₂ eingespart werden.¹ Ein anderes Projekt, das in der Dokumentation vorgestellt wird, heißt „Water.org“. Oftmals fehlen die finanziellen Mittel für einen Zugang zu sauberem Wasser und sanitären Einrichtungen. Water.org bietet Menschen in Armut Finanzierungsmöglichkeiten, um diese Barriere zu überwinden, indem sie „WaterCredit“ anbieten. Diese werden dazu verwendet, um Wasserhähne oder Toiletten einzurichten. Somit kann vermieden werden, dass das Wasser aus unsicheren natürlichen Quellen oder für hohe Preise bezogen wird und bietet den Menschen gleichzeitig Zeit, Geld, Chancen und Gesundheit.² Dieser Zugewinn kann für Bildung und gegen Hunger eingesetzt werden und spielt somit den SDGs 2, 3 und 4 in die Karten. Die vergebenen Kredite werden zu 99 Prozent zurückgezahlt.³ Nun stellt sich eventuell die Frage, was das mit Tourismus und schließlich mit Hotel- und Beherbergungsbetrieben zu tun hat. Der Wasserverbrauch ist auf Reisen höher als zu Hause und das Reisen wird zunehmend wasserintensiver.⁴ Eine Studie fand heraus, dass täglich etwa 6.575 Liter Wasser pro Reisender direkt und indirekt verbraucht werden. In diesen Wasserverbrauch fließen ebenfalls die Hotelpools und Golfplätze u.v.m. mit ein. Im indischen Goa müssen Einheimische mit 14 Litern Wasser am Tag auskommen, während ein 5-Sterne-Ressort täglich 1785 Liter Wasser pro Zimmer verbraucht. Was tun Hotels dafür Wasser effizienter zu nutzen? Inzwischen ist es Standard, dass Toiletten Wasserstopptasten integriert haben, oder Handtücher nicht mehr täglich gewechselt werden. Es fehlt der Dialog mit den Einheimischen, die von dem Wasserverbrauch der Touristen betroffen sind.⁵ An die lokale Bevölkerung könnte mit Hilfe von Projekten, wie z.B. „Water.org“ oder „The Water Box“ etwas durch die Tourismusbranche zurückgegeben werden.

3.2.1.5 SDG 7 Energie

Bezugnehmend auf saubere und bezahlbare Energie bietet der Staat eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten an, auf die im Rahmen des Branchentreffen der Freizeitwirtschaft am 26.04.2022 in Berlin ein Workshop unter dem Titel „Nachhaltiges Energiemanagement“ hingewiesen wurde. Diesem Workshop hat die Autorin dieser wissenschaftlichen Arbeit beigewohnt und sich anschließend die PowerPoint-

¹ Vgl. *Smith, J.*, HOME, o.J.i.V.m. Brave Blue World 5min. ff.

² Vgl. *Damon, M./White, G.*, Water.org, o.J.i.V.m. Brave Blue World 10:30min ff.

³ Vgl. *Neeves, T.*, Brave Blue World, 2020, 12:50minff.

⁴ Vgl. *Dreyer, A.*, Tourismus & Wasserknappheit, 2017i.V.m.; Vgl. *Joeres, A.*, Wasserknappheit, 2022 i.V.m. ; Vgl. *Monshausen, A.*, Tourismus & Wasserknappheit, 2017.

⁵ Vgl. *Dreyer, A.*, Tourismus & Wasserknappheit, 2017.

Präsentation von Alexander Joncic, einem Energieberater der „Energie Consulting GmbH“ (ECG), zusenden lassen. Die Beratungsschwerpunkte der ECG und somit auch seine liegen in der Energiebeschaffung, -erzeugung, -nebenkosten, -märkte, -effizienz, Managementsysteme und Audits sowie Nachhaltigkeit. Dabei liegt der zentrale Fokus auf der Wirtschaftlichkeit. Die ECG beschäftigt sich mit den Deutschen CO₂-Reaktionszielen. Demnach zielt Deutschland darauf ab bis zum Jahr 2030 zu 60 Prozent, bis 2040 zu 88 Prozent und bis 2045 zu 100 Prozent klimaneutral zu sein. Ein weiteres Problem dem sich die ECG annimmt, sind die steigenden Energiekosten, sowohl Strom, Erdgas, Rohöl als auch CO₂ sind davon betroffen. Dabei sind Steuern und Abgaben ein großer Bestandteil der Energiepreise. Um die Kosten zu reduzieren, konzentriert Joncic sich auf die Energieeigenerzeugung und Energieeffizienz. Dabei stellt er teilweise die Bundesförderung für effiziente Gebäude (BEG) vor. Diese werden unterteilt in Wohngebäude, Nichtwohngebäude und Einzelmaßnahmen (EM). In Bezug auf Hotels wird sich auf die BEG EM konzentriert. Dabei geht es um EM an der Gebäudehülle, wie z.B. Gebäudedämmung, der Austausch von Fenstern und sommerlicher Wärmeschutz mit einem Fördersatz von 20 Prozent. Ebenfalls einen Fördersatz von 20 Prozent gibt es bei der Optimierung der Anlagentechnik, wovon Heizungen ausgenommen sind (z.B. energieeffiziente Beleuchtung) und bei Anlagen zur Wärmeerzeugung (z.B. Wärmepumpen, Solarkollektoranlagen). Hinsichtlich Heizungsoptimierung liegt der Fördersatz zwischen 20 und 40 Prozent und für Fachplanung und Baubegleitung wurde ein Fördersatz von 50 Prozent festgelegt. Die Förderung ist entweder als Zuschuss- oder als Kreditvariante möglich. Diese Maßnahmen dienen der Energiekostensenkung, indem Optimierungen vorgenommen werden und weniger Energie verbraucht wird. Eine weitere Maßnahme zur Optimierung des Energiehaushalts ist die Maximierung der Energieeffizienz, wofür es die Bundesförderung für Energie- und Ressourceneffizienz in der Wirtschaft (BAFA) gibt. Dafür muss im ersten Schritt der Energieeinsatz (auch bekannt als Corporate Carbon Footprint) festgestellt werden, sodass Effizienzmaßnahmen gefunden werden können. Bei der Ermittlung spielen neben den direkten Emissionen der Unternehmen, bzw. Hotels, zusätzlich die indirekten Emissionen, die durch vorangegangene Aktivitäten, wie z.B. der Transport bestellter Ware und nachgelagerte Aktivitäten, bspw. die Entsorgung von Abfall. Bei Hotel- und Beherbergungsbetrieben ist die An- und Abreise ein Paradebeispiel für indirekte Emissionen. Die Effizienzmaßnahmen gilt es anschließend umzusetzen und ihre Wirksamkeit zu kontrollieren. Die Förderhöhe fällt dabei zwischen maximal 40 bis 60 Prozent aus, wenn die Deckelung der Investition nicht erreicht wird, in Abhängigkeit von der getätigten Investition. Die Förderhöhe unterscheidet sich nochmals in den unterschiedlichen Kategorien der Förderprogramme der BAFA und ob es sich um ein kleines und mittleres Unternehmen handelt oder nicht.

Fördergegenstände entsprechen dabei den bereits genannten Beispielen der BEG und werden an der Stelle nicht näher erläutert. Um Klimaneutralität zu erreichen, gilt es die Balance zwischen unvermeidbaren Emissionen und Kompensation zu wahren. Dabei versteht sich unter unvermeidbaren Emissionen jener Teil, der weder vermieden noch reduziert werden kann und nach Einsatz von erneuerbaren Energien weiterhin entsteht.¹

So viel zu den verschiedenen Fördermöglichkeiten. Die DENA ist ein öffentliches Unternehmen in Bundeseigentum und unterstützt die Bundesregierung in der Erfüllung ihrer energie- und klimapolitischen Ziele. Sie entwickelt praxisnahe Lösungsansätze für Klimaneutralität und verbindet dafür die verschiedensten Akteure der Gesellschaft miteinander. Die DENA ist beratend und informierend tätig und baut demnach Netzwerke auf.² Verschiedene Start-Up Unternehmen befassen sich ebenfalls mit dem Thema „Optimierung hin zur nachhaltigen Energie für Unternehmen“, z.B. die Firma Enviria. Ihr Fachgebiet ist der unkomplizierte Einstieg in die Nutzung nachhaltiger Solarenergie. Wie bereits dargestellt, ist das ein sehr undurchsichtiges Thema und es erfordert viel Zeit und Geduld, um mögliche Förderprogramme, Steuervorteile und individuelle Modifikationen herauszufiltern. Zeit, die viele Unternehmer nicht haben, oder nicht einsetzen möchten. Ein Beratungstermin bei diesem Start-Up oder einem anderen Energiespezialisten erscheint als ein guter Schritt in Richtung Nachhaltigkeit ohne allzu viel Stress und einer geringen Zeitinvestition.

3.2.1.6 SDG 8 Wirtschaftswachstum

Da es sich bei Hotel- und Beherbergungsbetrieben um ein Dienstleistungsgewerbe handelt, wird SDG 8 an dieser Stelle ausgelassen, da in Kapitel 2.3.1 bereits festgestellt wurde, dass die Relevanz dieser Ziele insbesondere die Produktionsstätten in „Niedriglohnländern“³ betrifft. Eine Dienstleistung wird jedoch nicht klassisch produziert und ist lagerfähig, sondern wird in dem Moment, in dem sie erbracht wird, konsumiert.

3.2.1.7 SDG 9 Industrie, Innovation, und Infrastruktur & 10 Weniger Ungleichheiten

Jäger erklärt, dass der Aufbau von touristischer Infrastruktur zu einer Entwicklungsbremse führen kann und somit eine weitere Schattenseite des Tourismus darstellt, wie z.B. den Massentourismus. Auf der Suche nach Investoren unterbieten sich die

¹ Vgl. *Joncic, A.*, ECG, 2022.

² Vgl. *Kuhlmann, A./Haverkamp, K.*, Über uns - dena, o.J.

³ Definition: Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards sind niedrig gehalten und verursachen somit geringere Kosten. Vgl. *Kaiser, U.*, Nachhaltig wirtschaften, 2022.

Regierungen mit Umwelt- und Sozialauflagen, während sie sich bei Steuervergünstigungen überbieten, was meistens auf die Kosten der Einheimischen geht, denn ihr Zugang zum Strand zum Fischen geht verloren, damit Hotelanlagen errichtet werden können und Ackerflächen werden zu Landebahnen. Hier spielt erneut das SDG 10 - Ungleichheiten an, da von den Investitionen meistens lediglich die Touristen profitieren, während die lokale Bevölkerung andere Wirtschaftssektoren verliert. Wirtschaftssektoren, die für die lokale Bevölkerung überlebenswichtig sind, da es sich um die autarke Versorgung von Regionen und ihrer Bevölkerung handelt und der Wirtschaftszweig Tourismus sich nicht als stabil erwiesen hat, wie die Corona-Pandemie zeigte. Sie gibt als Lösungsansatz langfristige Strategien an, damit der Tourismus sich nicht selbst zerstört. Außerdem hält sie es für relevant, dass Politik, Tourismusunternehmen und die Zivilgesellschaft breit austauschen, damit die lokale Bevölkerung mitbestimmen kann und ihre Rechte auf Zugang zu Wasser und Ressourcen, sowie ihr Land verteidigen können. Sie beschreibt es sehr treffend, dass der Tourismus erst dann zum Entwicklungsmotor wird, wenn er die Lebenssituation der Einheimischen verbessert.¹ Hier ist vielmehr die Politik gefragt, allerdings können Hotels Initiativen starten und sich mit ihrer zuständigen Destinationsmanagementorganisation beraten, sodass die Bedürfnisse der Bevölkerung berücksichtigt werden können.

3.2.1.8 SDG 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden

Hotel- und Beherbergungsbetriebe liegen in Städten oder Gemeinden und können die Entwicklung dieser beeinflussen. Es wurde bereits erläutert, dass der Tourismus Auswirkungen mit sich bringt und so gibt es Destinationen, die ihre Anzahl an Schlafgelegenheiten begrenzen, um somit dem Massentourismus entgegenzutreten und Auswirkungen des Tourismus, wie z.B. die Natur vor Ort zu zerstören, einzudämmen.² Bezahlbarer Wohnraum ist ebenfalls ein Unterziel. Hotel- und Beherbergungsstätten stellen inzwischen oftmals Mitarbeiterwohnungen zur Verfügung. In Städten ist dies eher eine Rarität als in ländlichen Regionen.

Weiterhin kann die Infrastruktur vor Ort entlastet werden, indem dem Touristen über die Tourismusabgabe, die bei einem Aufenthalt anfällt, bestimmte Vorteile erhalten. Die Urlaubsregion Tegernsee gibt an Touristen, über die Dauer ihres Aufenthalts, eine sogenannte „TegernseeCard“ aus. Mit dieser Karte erhält der Gast unterschiedliche Preisnachlässe und kann den ÖPNV im gesamten Landkreis nutzen.³ Solche Initiativen werden jedoch in der Regel nicht vom Hotel entschieden, sondern von der

¹ Vgl. Jäger, L., Riskante Abhängigkeit, 2019.

² Vgl. Schulz, C., Nachhaltig, 2020, S.36.

³ Vgl. Kausch, C., Tegernsee Card, 2019.

Stadt. Wenn ein solches Angebot allerdings vorhanden ist, liegt es in der Verantwortung der Herausgeber, hierzu zählen vor allem Hotel- und Beherbergungsbetriebe, auf dieses Angebot aufmerksam zu machen. Darüber hinaus kann das Hotel Initiativen starten, wie z.B., wenn der Autoschlüssel an der Rezeption für die Dauer des Aufenthalts abgegeben wird, dem Gast Zugang zu elektrischer Mobilität ermöglicht wird, sei es ein elektronisches Fahrrad oder Scooter oder ein Elektroauto. Somit können Treibhausgase verhindert werden und im Idealfall wird die elektronische Mobilität über die hauseigene Photovoltaik-Anlage wieder aufgeladen. Die Destination Werfenweng in Österreich, bietet seinen Besuchern über eine erwerbliche „Werfenweng Card“ die kostenfreie Nutzung von elektronischer Mobilität an.¹

Hinsichtlich SDG 10 sollte allerdings kritisch betrachtet werden, dass der Gast den ÖPNV kostenlos nutzen kann, während die Einheimischen teils hohe Preise entrichten müssen.

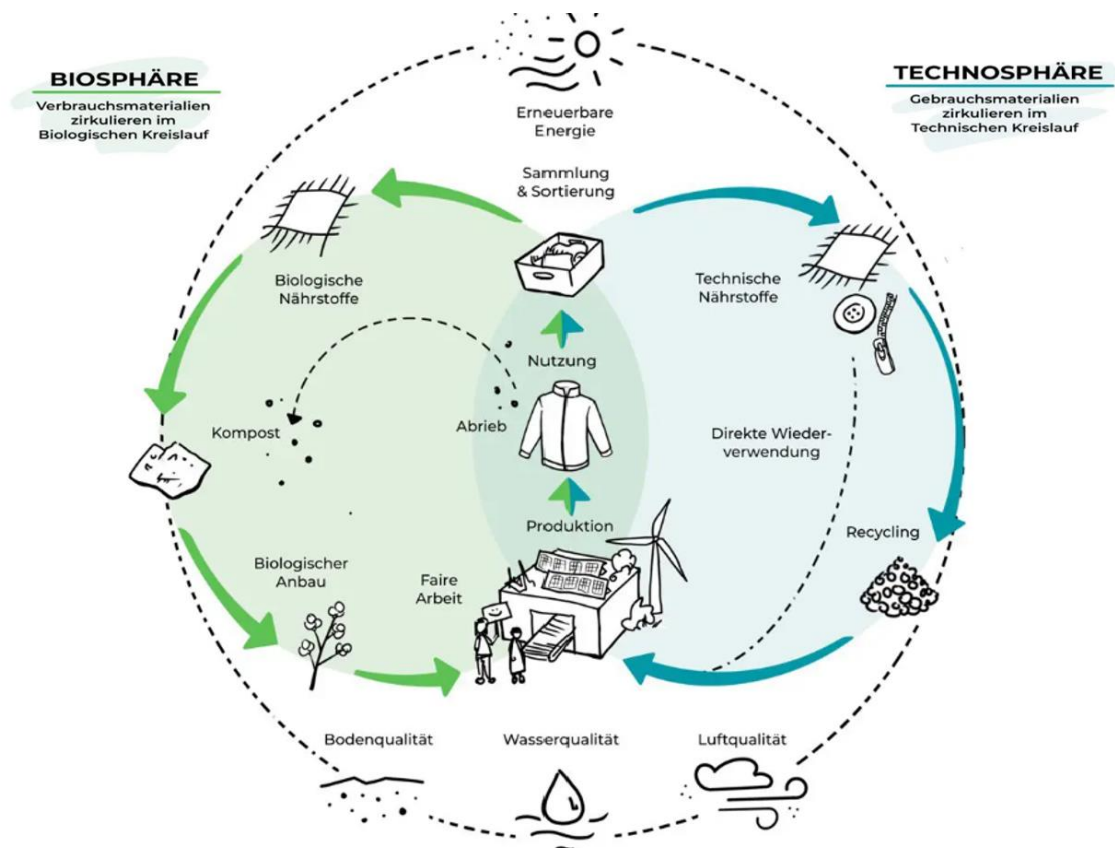
3.2.1.9 SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion

Hinsichtlich nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Produktion ist „Cradle to Cradle“ das Schlüsselprinzip zur Erfüllung. Es gibt eine NGO, die sich dem C2C-Prinzip annimmt. Sie erklärt, dass C2C Klima- und Ressourcenschutz zusammenbringt und innovative Lösungen für ökologische, ökonomische und soziale Herausforderungen entwickelt. Es wird aufgefordert das Verschwenden von endlichen Ressourcen und somit der Zerstörung der Existenzgrundlage in biologische Kreisläufe umzuwandeln, darunter versteht die NGO das Umdenken. Auf das Umdenken baut das Umgestalten auf, sowohl hinsichtlich der Produkte als auch angewandter Geschäftsmodelle. Dabei werden zwei Kreisläufe unterschieden. Dem biologischen Kreislauf, auch Biosphäre genannt, gehören jegliche Materialien an, die biologisch abbaubar sind. Dabei handelt es sich z.B. um Verpackungen oder abgenutzte Handtücher aus den Hotelzimmern. Der technische Kreislauf, auch Technosphäre genannt, besagt, dass eingesetzte Materialien, die zudem begrenzt verfügbar sind, mit geringem Aufwand in ihre Einzelteile zerlegt werden können sollen, damit sie wiederverwendet werden können.² Um das C2C-Prinzip zu veranschaulichen, ist die nachfolgende Abbildung angeführt.

¹ Vgl. Rohrmoser, P., Werfenweng, o.J.

² Vgl. Janßen, T./Griefahn, N. S., C2C, o.J.

Abbildung 8 C2C-Kreisläufe



Quelle: Janßen, T. et al. C2C, o.J.

Bei Hotel- und Beherbergungsbetrieben und vielen weiteren Unternehmungen lässt sich C2C anwenden, somit wird empfohlen bei Neuanschaffungen auf Produkte zurückzugreifen, die dem C2C-Prinzip angehören. Während sich die Technosphäre auf Gebrauchsgegenstände bezieht, kann die Biosphäre bei Verbrauchsmaterialien angewendet werden, z.B. wird die Seife für das Hotelzimmer in einer kleinen Plastiktüte oder wird es in Papier bzw. einer Kartonage verpackt, handelt es sich um ein nachfüllbares Behältnis und welche Materialien wurden für die Herstellung der Seife verwendet. Hotels sollten bei Gebrauchsgegenständen jedoch nicht, weil sie sich jetzt nachhaltig aufstellen möchten, ihre Gebrauchsgegenstände alle austauschen, sondern es wird empfohlen, bei zukünftigen Investitionen an C2C zu denken und es umzusetzen, bzw. zu implementieren.

3.2.1.10 SDG 13 bis 17

Alle vorherigen SDGs führen dazu, dass das Klima geschützt werden kann, sei es durch erneuerbare Energie, recyceltes Wasser, ein bewusstes Konsumverhalten, eine Kreislaufwirtschaft oder durch innovative Programme, wie „Too good to go“. Dadurch werden Ressourcen geschont, Müll reduziert u.v.m., sodass das Leben an Land und unter Wasser besser geschützt werden kann. Die Fischindustrie ist dabei

ein Thema für sich, aber es hilft bereits, wenn sich Hotel- und Beherbergungsbetriebe die Frage stellen, ob sie Fisch über 1000 Kilometer Entfernung transportieren lassen oder auf Regionalität beim Einkaufen setzen. Frieden schützt nicht nur das Leben, sondern vielmehr erzielte Fortschritte, sei es Infrastruktur oder Produktionsstätten, die die Lebensmittelversorgung sicherstellen. Krieg ist zerstörerisch, ein aktuelles Beispiel dafür ist der Ukraine-Russland-Konflikt. Menschen fliehen und versuchen sich in Ländern, dessen Sprache sie nicht sprechen, ein Leben aufzubauen, wofür sie unterbezahlte Jobs annehmen. Dafür ist es gut verschiedene Partnerschaften zu haben, sodass durch gegenseitige Unterstützung mehr erreicht werden kann, wie wenn einer alles allein macht.

3.2.2 Über die SDGs hinaus

Innerhalb der SDGs wird nicht einmal die Reduktion von Müll präzise formuliert. Es wird immerzu davon gesprochen Verschwendung zu vermeiden und eine Kreislaufwirtschaft zu implementieren, woraus sich schließen lässt den Müll zu reduzieren. Im Jahr 2013 hat die Bundesregierung bereits ein Abfallvermeidungsprogramm über 100 Seiten entwickelt. Dieses Programm hält bestimmte Schritte fest, die auch Hotel- und Beherbergungsbetriebe betreffen.¹

Abbildung 9 Schritte zur Abfallvermeidung



Quelle: Kaiser, U. Mehrwegpflicht, o.J.

¹ Vgl. Kaiser, U., Mehrwegpflicht, o.J.

In der Gastronomie sind es neben Abfallresten oftmals Glas und Papier, die eine Menge Müll verursachen.¹ Es stellt sich die Frage, ob bei Weinflaschen nicht ebenfalls ein Mehrwegsystem eingeführt werden kann und dies beim Transport berücksichtigt wird. Anstatt Weinflaschen in Kartons zu sammeln, könnten dort Mehrwegkästen eingesetzt werden. Damit würden eine Menge Bäume gerettet und Abholzung minimiert werden, wodurch wieder mehr CO₂ aufgenommen werden kann und der Klimawandel ggf. reduziert wird. Teilweise werden Weinflaschen in Holzkisten versandt. Optimal wäre es dabei ebenfalls wenn diese zurückgegeben würden, damit sie wiederverwendet werden und nicht im Abfall landen. Die Einführung eines Mehrwegsystems bei Weinflaschen stellt aufgrund der Vielfalt der Formen eine Herausforderung dar. Hinzukommt, dass jedes Weingut seine individuelle Flaschenform gestaltet.² Jedoch hat jedes Weingut seine Transportwege und könnte mit einer Lieferung die leeren Flaschen Schritt für Schritt wieder zurücknehmen. Dies ist simpel ausgedrückt und bedarf gewiss einer Untersuchung, wie das genau in der Logistik umsetzbar wäre. Zudem ist die Produktion von Glasflaschen sehr energieintensiv, sodass der Energieverbrauch unverhältnismäßig bei einer Einweg-Nutzung ist.³

Oftmals werden Pappbecher oder To-Go-Boxen aus Papier verwendet, ebenso wie Papierservietten. Für den To-Go Betrieb sind Papierservietten nachvollziehbar, allerdings werden sie oftmals für den Verzehr innerhalb der Gastronomiestätte oder beim Frühstücksbuffet in den Hotels verwendet, dabei lassen sie sich einfach durch wiederverwendbare Stoffservietten ersetzen. Ab dem Jahr 2023 gilt für das To-Go-Geschäft eine Mehrwegpflicht.⁴ Ein vorbildliches Unternehmen für Mehrweg heißt „reCup“. Es bietet bereits Mehrweg-Verpackungen für den To-Go-Betrieb an und stellt nach eigenen Angaben in Deutschland mit über 12.300 Aus- und Rückgabestellen das größte Mehrweg-Netzwerk dar. Sowohl die Becher („Cups“) als auch die Schüsseln („Bowls“) sind in verschiedenen Größen gegen ein Pfand erhältlich.⁵ Nun gibt es bei der Mehrwegpflicht Kritikpunkte, wie z.B., dass es neben den Einwegbehältern angeboten werden muss anstelle von Einwegbehältern und kleine Betriebe mit maximal fünf Beschäftigten und einer maximalen Verkaufsfläche von 80 Quadratmetern sind von dieser Pflicht ausgenommen. Ausgenommene Betriebe sollen vielmehr deutlich darauf hinweisen, dass Speisen und Getränke in mitgebrachte Behälter abgefüllt werden können. Zudem sind Einweg-Getränkeflaschen von Milch, Wein, Spirituosen,

¹ Vgl. *Knoepfel, D.*, Mülltrennung Gastronomie, 2021.

² Vgl. *Dettweiler, M.*, Flasche, 2021.

³ Vgl. *Schwarzlmüller, E./Leutgöb, J.*, Getränkeverpackungen, 2011, S.3.

⁴ Vgl. *Kaiser, U.*, Mehrwegpflicht, o.J.

⁵ Vgl. *Kraus, C./Eckert, F./Pachaly, F.*, Recup, 2022.

Frucht- und Gemüsesäften von der Einweg-Pfandpflicht ausgenommen und Produkte, wie z.B. Energydrinks sogar pfandfrei erhältlich.¹ Gerade in Hotels und Gastronomiestätten fallen hinsichtlich Wein und Spirituosen eine Menge Abfall an, wie anfangs bereits erläutert wurde. Diese Herausforderung bietet gleichzeitig eine große Chance.

3.2.3 Theorie zur Entlastung bereits nachhaltig engagierten Hotels

Während der Erstellung dieser Arbeit führte die Autorin eine Vielzahl von Diskussionen und Gesprächen mit Christine Busch, der bayrischen Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagerin von „PurposeBean“. Dabei entstand die Erkenntnis, dass die Hotels oder allgemein Unternehmen, die sich bereits nachhaltig engagieren, stärker entlastet werden müssen, während die Betriebe, die bislang nicht nachhaltig aktiv sind, mehr zur Verantwortung gezogen werden sollten. Es entstand die Idee, dass alle Hotels einen CO₂-Fußabdruck erstellen müssen und anhand dieses ermittelten Wertes, indem bereits durch den Betrieb getätigte Kompensationen nicht berücksichtigt werden dürften, ein Betrag von dem Betrieb an bspw. den Staat zu leisten sei, der im Idealfall anschließend für Kompensation eingesetzt würde. LW und JS wurden zu dem Zeitpunkt bereits interviewt, aber bei den anderen Experten, wurde dieser Gedanke im Interview aufgenommen. Die Meinungen waren gespalten. Die Hoteliers HL und BF befürworteten die Idee in vollen Zügen. CZ kritisiert, dass es ein Weg ist und andere Wege womöglich versperren würde. Außerdem merkt er an, dass die soziale Komponente dabei außer Acht gelassen wird. Der Vorschlag konzentriert sich auf den Zusammenhang zwischen Ökonomie und Ökologie, die soziale Säule würde dabei nicht berücksichtigt werden. Die Hoteliers sehen dem zuversichtlicher entgegen. Besonders HL sieht darin die Möglichkeit, die Betriebe, die ihr Handeln bislang nicht überdenken und sich nicht nachhaltiger aufstellen, dazu zu bewegen es zu tun und ihr Handeln anzupassen. Denn um die SDGs schließlich zu erfüllen, braucht es jeden, wie bereits mehrfach wiederholt.

4 Schlussbetrachtung

4.1 Beantwortung der Forschungsfrage

Da der Tourismus ein umfangreicher Wirtschaftssektor ist, hat er zu allen SDGs Berührungspunkte, wodurch er einen Beitrag zur Erfüllung dieser leisten kann. Dabei muss der Tourismus „in seiner Entwicklung gleichzeitig alle globalen Herausforderungen stetig reflektieren.“² Zudem ist der Tourismus von seiner Umgebung abhängig und profitiert somit von intakten Ökosystemen, die das ursprüngliche Angebot

¹ Vgl. Kaiser, U., Mehrwegpflicht, o.J.

² Dreyer, A., Tourismuswende, 2016, S.7.

gestalten. Durch die Wirkung des Tourismus auf Mensch und Natur besteht die Möglichkeit, dass alle Akteure, z.B. Reisende, Mitarbeiter usw. für einen nachhaltigen Lebensstil begeistert werden und ihnen mehr Bewusstsein vermittelt wird. Die Menschen können dazu ermutigt werden sich und ihr Verhalten zu reflektieren.¹ Dadurch, dass die SDGs ebenso breit aufgestellt sind, wie der Tourismus umfangreich ist, kann jedes Hotel in Abhängigkeit von seiner eigenen Unternehmensphilosophie unterschiedliche Themengebiete auswählen und sich diesen widmen. Jedes SDG bietet durch seine Unterziele verschiedene Lösungsansätze und individuelle Herangehensweisen, getreu der Redewendung „Viele Wege führen nach Rom“. Die größte Herausforderung wird darin liegen die Komfortzone zu verlassen und neue nachhaltige Wege zu finden, die das gleiche Ergebnis erzielen. In den Handlungsempfehlung zu den SDGs wurde sich der Forschungsfrage: „Welche Chancen und Herausforderung bestehen bei einer nachhaltigen Ausrichtung unter Beachtung der SDGs“ bereits angenähert. Es wurden bereits entwickelte Initiativen und Chancen einer nachhaltigen Ausrichtung dargestellt. Sie werden an dieser Stelle in Form einer Tabelle präzise ihren Herausforderungen gegenübergestellt und eine grobe Zuordnung wird vorgenommen, sofern dies möglich ist. Die Chancen überwiegen dabei oftmals die Herausforderungen.

Tabelle 2 Auflistung der Chancen und Herausforderungen

Chancen	Herausforderungen
kulturelle und linguale Aspekte werden ausgeprägt	
Enkeltaugliche Zukunft gestalten	Bequemlichkeit und Gewohnheit
Wettbewerbsvorteile und monetäre Einsparungen	
Übergeordnete Ziele erreichen, z.B. Klima retten, autark sein...	
	prekäre Arbeitsbedingungen, sowie Stress stellen eine Herausforderung für die soziale Sicherung als auch für die Gesundheit dar
mehr Urlaub für Nichtraucher	Suchtproblem in der Gastronomie (besonders Nikotin und Alkohol)

¹ Vgl. Dreyer, A., Tourismuswende, 2016, S.7f. i.V.m. S.11.

Hotel- und Gastgewerbe haben durch eine gewisse Nähe zum Gast einen großen Einfluss auf diesen	Akzeptanz und Relevanz von Nachhaltigkeit stößt bei der Umsetzung auf seine Grenzen
Einhalten des ArbZG und branchengleiche Gestaltung, die Arbeitgebern mehr Flexibilität bietet, indem Ausnahmen erlaubt sind	Personalmangel
Schaffen von Personalwohnungen für bezahlbaren Wohnraum	
Regenwassernutzungsanlage und Wasserrecycling-Anlagen, besonders wenn die Hotels einen Wellnessbereich besitzen	Finanzielle Mittel
Energieeffizienz steigern und Eigenenergieversorgung implementieren	
regionale und saisonale Produkte konsumieren	
Beantragung von Fördermitteln	Zeitintensiv und auf SDG 7 Fokussiert
touristische Infrastruktur ausbauen und ÖPNV fördern, damit das Auto öfter stehen gelassen wird, gleichzeitig kann die Tourismusabgabe dafür genutzt werden, damit die Touristen ein kostenfreies ÖPNV-Ticket erhalten	CO2 Ausstoß verringern
Initiativen für kostenlosen Zugang zu elektronischer Mobilität, wenn der Autoschlüssel für die Zeit des Aufenthalts abgegeben wird	
Regionalität=verkürzte Transportwege	
C2C für eine Kreislaufwirtschaft	Ressourcenverschwendung
bewusstes Konsumverhalten	
Mehrwegsysteme (To-Go, Weinflaschen und Spirituosen)	

Die finanziellen Mittel sind eine simple Ausrede. Wer die finanziellen Mittel nicht aufbringen kann, kann mit der Optimierung von Energiequellen starten. Hier bietet der Staat zahlreiche Förderprogramme, die Banken unterstützen solche Investitionen ebenfalls und durch die Energieeigenerzeugung lassen sich die Kosten stark

reduzieren. Diese Senkung der Kosten und gleichzeitige Maximierung der Gewinne ermöglicht es Rücklagen zu bilden und ggf. weitere Investitionen hinsichtlich einer nachhaltigen Ausrichtung zu unternehmen. Die Auseinandersetzung mit den Fördergeldern und die Beantragung erfordert allerdings eine Menge Zeit.

Auffällig ist das Bewerben bez. energieeffizienter Investitionen, dabei werden die übrigen 16 SDGs von der Politik außer Acht gelassen. Selbstverständlich arbeiten viele SDGs Hand in Hand, jedoch wird das SDG 7 – Saubere und bezahlbare Energie stark forciert und lässt so wenig Spielraum besonders zu Beginn der Implementierung einer nachhaltigen Ausrichtung in eine andere Richtung zu denken. Der Grund für diesen Fokus sieht die Autorin in dem primären Ziel, Treibhausgase zu reduzieren, bzw. zu vermeiden und den Klimawandel einzudämmen, wie es in der Agenda 21 festgehalten wurde. Es ist nicht klar, ob sich die Politik dessen bewusst war, dass durch die Förderung hinsichtlich Energieeffizienz, die Unternehmen neues Kapital erzielen und somit in weitere nachhaltige Projekte reinvestieren können.

4.2 Untersuchungsbedarf

Das Thema Nachhaltigkeit ist sehr umfassend, sodass aufgrund des wachsenden Bewusstseins zukünftig viele Untersuchungen stattfinden können und werden. Im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit wurden einige Forschungsgegenstände aufgezeigt, die bezüglich der gestellten Forschungsfrage nicht vollständig geklärt werden konnten, bzw. lediglich angeschnitten und auf Grund des Ausmaßes nicht näher erläutert wurden. Diese werden anschließend hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung kurz dargestellt. Die Schwierigkeit diese Themen zu untersuchen, liegt vor allem darin, dass wenig Literatur vorhanden ist und alles sehr spielraumlassend ausgedrückt wird. Zwischendurch wurden bereits einzelne Hinweise auf Untersuchungsbedarf gegeben, anschließend sollen nochmals andere Aspekte dargestellt werden, die untersucht werden können.

HL hatte angedeutet, dass die Beantragung von Fördermitteln in Österreich bis zu einem Jahr nachträglich erfolgen kann und so viel mehr Unternehmer bereits handeln können. In Deutschland muss vor der Tötigung der Investition der bürokratische Teil erledigt werden. Um dem nachzugehen wurden zahlreiche österreichische Steuerberater, Politiker und Hoteliers angeschrieben, aber keiner war bereit darüber Auskunft zu erteilen. Bei der Untersuchung wäre sicherlich interessant zu wissen, ob nachträglich viele Anträge auf Fördergelder abgelehnt werden oder ob die Anträge bis zu einem Stichtag eingesammelt und dann gleichermaßen verteilt werden, entweder pro Kopf oder in Abhängigkeit von der Investitionssumme.

Bei Greenwashing stellt sich die Frage „Wann?“. Wann wird die Grenze zu Greenwashing überschritten? Literatur ist hier eher Mangelware und selbst die verschiedenen Organisationen, z.B. WWF, verwenden den Begriff, bieten aber keine Definitionen oder Fachartikel. Welche Gefahren birgt Greenwashing? Wie lässt sich Greenwashing erkennen? Ist Greenwashing der Grund, warum Nachhaltigkeit so schwer gelebt werden kann? Dort gibt es immer mehr Hypothesen, die sich aufstellen und untersuchen lassen.

Es gibt zahlreiche Strategien. Pufé erläuterte die Strategien Suffizienz, Konsistenz und Effizienz etwas abgewandelt von denen des Umweltbundesamt. In der DNS wird auf knapp 400 Seiten erklärt, wie vorgegangen werden soll und trotzdem fehlt die Klarheit. Dort wird nicht, wie bei Pufé, die verschiedenen Strategien einzeln definiert und erläutert, sondern alles geht ineinander über. Da schafft das Umweltbundesamt mehr Klarheit mit seinen vier Strategien. Auch der entwickelte 5-Schritte-Plan zur Umsetzung von Nachhaltigkeitsmanagement und die Anwendung der Nachhaltigkeitsstrategien kann genauer untersucht werden: Gibt es Herausforderungen? Lässt sich anhand dieses Plans von Pufé Nachhaltigkeit in der Praxis implementieren? Ist die Umsetzung anhand dieses Plans möglich?

Das Thema „Nachhaltigkeitsfilter bei der Buchung seiner Reise“ wurde ebenfalls angeschnitten. Bei Skyscanner.com, einer Suchmaschine für Flüge, wird einem angezeigt, wie viele Emissionen der Flug gegenüber dem Durchschnitt einspart und bei Buchungsplattformen, wie Booking.com kann man einen Filter setzen, um nachhaltig zu reisen. Dabei ist es spannend zu untersuchen, inwiefern diese Angaben und Filterergebnisse stimmen oder ob für den Konsumenten noch etwas zu beachten ist und was diese Portale unter nachhaltig Reisen verstehen.

Der Zertifizierungsdschungel kann in Zukunft eventuell für die Hotelklassifizierung ein neues Kriterium sein, denn Nachhaltigkeit steht immer mehr als Qualitätsmerkmal. Jedoch wäre es auf jeden Fall hilfreich, wie bei „Bio“ und wie CZ angedeutet hat, eine Dachmarke einzuführen, sodass dem Konsumenten Klarheit geboten wird, dass gewisse Standards eingehalten werden. Hier wäre zu klären, welche Kriterien es zu standardisieren gäbe. Baut man die SDGs ggf. mit ein, um mehr Bewusstsein zu schaffen? Die Bezeichnung „nachhaltig“ ist nicht gesetzlich geschützt. Interessant wäre zu sehen, an welche Kriterien diese Bezeichnung gebunden werden kann, um auch hier Klarheit zu ermöglichen. Und abschließend die Frage: Wie kann sichergestellt werden, dass ein Siegel für Nachhaltigkeit kein Greenwashing betreibt? Die angebrachte Theorie zur Entlastung von bereits nachhaltig engagierten Unternehmen, bzw. Hotels kann ebenfalls intensiver ausgearbeitet werden.

Betrachtet man ein SDG einzeln, z.B. Wasser, Energie oder nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion, kann noch viel intensiver auf die Thematik und ihre Umsetzung eingegangen werden. Im Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit wurde auf Umsetzungsmöglichkeiten eingegangen, die im Zusammenhang mit Hotel- und Beherbergungsbetrieben steht. Dabei wurden sich auf die Umsetzungsmöglichkeiten konzentriert, die nach Auffassung der Autorin den größten positiven Einfluss auf Nachhaltigkeit haben. Bei 169 Unterzielen der SDGs gibt es noch weitaus mehr Möglichkeiten, die untersucht werden können.

Unabhängig von der Hotelbranche wird ein kurzer Ausblick auf die Flüge gegeben, die ebenfalls Untersuchungsbedarf bieten. Um das Ziel der Klimaneutralität (SDG 13) ein deutliches Stück näher zu kommen und Treibhausgase stark zu reduzieren hat Frankreich als Maßnahme Inlandsflüge verboten, solange gewährleistet werden kann, dass das Ziel innerhalb von zweieinhalb Stunden erreicht wird. Eine Fraktion forderte das Flugverbot auf Ziele, die binnen vier Stunden mit dem Zug zu erreichen sind, auszudehnen. Dieser Forderung kam das Parlament aber aufgrund der Umsatzeinbrüche für die Fluggesellschaften durch die Pandemie nicht nach.¹ In Deutschland ist anscheinend ein Drittel davon überzeugt, dass ein Verbot von Kurzstreckenflügen neben Homeoffice zu den wichtigsten Maßnahmen zum Klimaschutz angehört. Für die Nutzung von Inlandsflügen gibt es zahlreiche individuelle Gründe, die an der Stelle außer Acht gelassen werden sollen, denn anscheinend entsprechen die Inlandsflüge in Deutschland nur 0,3 Prozent des deutschen CO₂-Ausstoßes. Stattdessen wird vorgeschlagen einen CO₂-Preis zu erheben, damit der Treibstoff teurer wird und die Attraktivität von CO₂-neutralem Flugbenzin attraktiver wird.² Bei der Kreuzfahrtschiff-Industrie bietet sich ebenfalls Untersuchungsbedarf hinsichtlich der Klimaneutralität.

4.3 Fazit

Das Thema Nachhaltigkeit ist außerordentlich umfangreich, während die Fachliteratur eher gering ausfällt und vielseitiger nicht sein könnte. Es gibt zahlreiche politische Beschlüsse dazu, besonders hervorzuheben sind die SDGs, die sogar klare Ziele formulieren. Ansonsten sind es, viele Worte, die verschleiern, worauf man hinausmöchte. Die Schwierigkeit für Unternehmer liegt darin alles bezüglich Nachhaltigkeit jederzeit im Blick zu haben und die Politik kommt mit immer mehr Auflagen, aber zu wenig Beistand und zu wenig Klarheit, wie diese von Betrieben umgesetzt werden können. Allerdings zeigt vor allem die Agenda 2030, dass Schubladendenken nicht mehr zeitgemäß ist und Nachhaltigkeit nicht mehr nur als ressourcenökonomisches

¹ Vgl. *Wiegel, M.*, Frankreich, 2021.

² Vgl. *Bernau, P.*, Rettet, 2021.

Prinzip der Ökologie verstanden wird, sondern soziale und ökonomische Aspekte miteinbezieht. Es ist zu betonen, dass Nachhaltigkeit nicht aufhört, indem ein Ziel erreicht wird, sondern es geht um kontinuierliche Weiterentwicklung und Verbesserung, so dass Ressourcen nicht verbraucht, sondern genutzt werden und weiterhin nutzbar bleiben, um das Wohlergehen zukünftiger Generationen zu wahren. Die Beschreibung eines unendlichen Prozesses trifft es sehr gut, bzw. wie Sokrates zu pflegen sagte: „Wer glaubt etwas zu sein, hat aufgehört etwas zu werden.“

Bei der Erstellung dieser Arbeit lag die Herausforderung im Aufbau einer Struktur und dem Beibehalten des roten Fadens. Aufgrund der Komplexität und der Verflochtenheit von Nachhaltigkeit wurden oftmals Vermerke hinzugefügt, dass etwas später näher erläutert wird. Mit diesen Vermerken wurde versucht, die Thematik zu vereinfachen und den einzelnen Informationen mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Der Umfang der Thematik verleitet dazu in unterschiedlichste Richtungen zu recherchieren. Dadurch kommen stetig neue Informationen hinzu und es werden immer andere Zusammenhänge aufgezeigt.

In dieser wissenschaftlichen Arbeit wurde bereits die Aussage von Christian Felber angebracht: „Nachhaltigkeit und Wirtschaft können nur dann in Einklang gebracht werden, wenn das Ziel des Wirtschaftens ein anderes wird als das der Mehrung des Kapitals.“¹ Die SDGs bieten eine Menge Möglichkeiten nachhaltig aktiv zu werden, unabhängig davon, ob die Handlungsperson eine Privatperson oder ein Unternehmen in Form einer juristischen Person ist. Die Möglichkeit der Gewinnmaximierung kann dabei ein Anreiz sein, wie bereits durch Investitionen in SDG 7 ausführlich erklärt wurde. Dabei ist es wichtig langfristig zu denken und zu erkennen, was dadurch erreicht werden kann. Bei der Aussage von Felber wird nicht deutlich, dass die Mehrung des Kapitals teils durch die Implementierung nachhaltiger Innovationen möglich ist. Der Beweggrund kann jedoch unterschiedlicher Natur sein. Das neu freigesetzte Kapital wandert entweder direkt in den Geldbeutel des Geschäftsführers und wird unüberlegt ausgegeben oder die neu gegebenen Möglichkeiten werden realisiert und mit ihnen nicht nur etwas Positives für die Ökosysteme geschafft, sondern auch für Gäste und Mitarbeiter, sowie für den Erfolg des Unternehmens. Eine nachhaltige Ausrichtung der Unternehmen, nicht ausschließlich Hotel- und Beherbergungsbetriebe, mag notwendig sein für den Erhalt der Ressourcen, die Eindämmung des Klimawandels etc., ist jedoch keine Erfolgsgarantie für einen Betrieb. Die Aussage von Felber ist demnach zwiespaltig zu betrachten. Mit der steigenden Nachfrage nach Nachhaltigkeit hat sich dies als Qualitätsmerkmal herausgestellt und die

¹ Pufé, I., Nachhaltigkeit, 2017, S.5.

Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Produkte stieg. Vielmehr stellt sich demnach die Frage, was der Beweggrund ist Investitionen zu tätigen, der Nachhaltigkeitsgedanke oder die Gewinnmaximierung. Und da bleibt es abzuwarten, wie sich das Bewusstsein der Gesellschaft weiterhin entwickelt. Während die Gewinnmaximierung eher etwas Temporäres darstellt, liegt etwas dauerhaftes in dem Nachhaltigkeitsaspekt. Und Geld allein macht nicht glücklich.

Um aber nochmal auf die SDGs zurückzukommen, beweist der Umfang der SDGs mit 17 Kategorien und insgesamt 169 Unterzielen, wie viele Möglichkeiten es gibt, etwas für seine Umwelt und die nachfolgenden Generationen zu tun. Herausforderungen werden einem dabei stets begegnen, wie es bei allem im Leben ist. Die Chance liegt darin sich einer Herausforderung zu widmen und diese anzunehmen, denn das Gefühl eine Herausforderung bewältigt zu haben, befriedigt einen Menschen stetig und motiviert gegebenenfalls dazu den nächsten Schritt zu gehen. Die Herausforderung lässt sich dabei auf Gewohnheiten zurückzuführen. Es gilt stets sein gewohntes Verhalten zu überdenken und eventuell zu ändern, um nachhaltiger zu handeln. Dafür muss sich mehrfach bewusst gegen die Gewohnheit zur Wehr gesetzt werden, was die Herausforderung darstellt. Die Akzeptanz oder die Erkenntnis, dass etwas geändert werden muss, ist bereits der erste Schritt in die richtige Richtung und somit die Chance etwas zu verändern. In jeder Herausforderung liegt eine Chance und jeder hat die Möglichkeit die Herausforderung auf seine Weise anzugehen. Es lässt sich vielleicht nicht alles auf einmal umsetzen, aber nach und nach ist ein guter Weg, um die Veränderung zu sein, denn:

„Das Entscheidende am Wissen ist, dass man es beherzigt und anwendet.“

~ Konfuzius

Literaturverzeichnis

- Agenda 2030, GV, 2015
- Augsbach, Gabriele* (Tourismus, 2020): Tourismus und Nachhaltigkeit, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2020
- Balas, Martin* (Über Martin Balas, o.J.): Über mich (o.J.), <https://www.martin-balas.de/> (Zugriff: 2022-09-09)
- Balas, Martin/Strasdas, Wolfgang* (Nachhaltigkeit, 2018): Nachhaltigkeit im Tourismus: Entwicklungen, Ansätze und Begriffsklärung, Dessau-Roßlau, 10.2018, <http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>
- Beck, Markus* (Greenwashing, 2021): Greenwashing: Trügerische Nachhaltigkeit - GREENALITY Fair Fashion Blog (2021), <https://www.greenality.de/blog/greenwashing/> (Zugriff: 2021-12-01)
- Ben Förtsch* (Creativhotel, 2022): Hotel - Creativhotel Luise - Das nachhaltige Hotel in Erlangen, <https://www.hotel-luise.de/hotel/> (Zugriff: 2022-08-08)
- Bernau, Patrick* (Rettet, 2021): Rettet die Inlandsflüge, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 24.07.2021, <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/auto-verkehr/vorbild-frankreich-rettet-die-inlandsfluege-17451382.html> (Zugriff: 2022-09-05)
- Bleifuß, Alexander* (Nachhaltig Reisen, 2018): Nachhaltig Reisen: Gibt es eine Chance auf dem Pauschalreisemarkt, Hamburg: Diplomica Verlag GmbH, 2018
- Buhrow, Tom/Moll, Stefan* (Gewohnheiten, 2022): Die Macht der Gewohnheit: So gelingen gute Vorsätze trotzdem, <https://www.planet-wissen.de/video-die-macht-der-gewohnheit--so-gelingen-gute-vorsaetze-trotzdem-100.html> (Zugriff: 2022-08-07)
- Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend* (Erfolgreich, 2012): Erfolgreich mit Corporate Social Responsibility: Ein Leitfaden für den Tourismus, 03/2012
- Damon, Matt/White, Gary* (Water.org, o.J.): Clean Water Solutions For Developing Countries (o.J.), <https://water.org/solutions/> (Zugriff: 2022-08-23)
- Dettmer, Harald/Hausmann, Thomas* (Hrsg.) (Wirtschaftslehre, 2014): Wirtschaftslehre für Hotellerie und Gastronomie, 16., aktualisierte Auflage, Hamburg: Handwerk und Technik, 2014
- Dettweiler, Marco* (Flasche, 2021): Flasche leer: Pfandsystem für Weinflaschen, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 06.05.2021, <https://www.faz.net/aktuell/technik-motor/technik/pfandsystem-fuer-weinflaschen-die-vorteile-der-mehrwegflasche-17322694.html> (Zugriff: 2022-09-04)
- Dreyer, Anne* (Tourismus & Wasserknappheit, 2017): Tourismus vergrößert Wasserknappheit (2017), <https://www.brot-fuer-die-welt.de/blog/2017-tourismus-vergroessert-wasserknappheit/> (Zugriff: 2022-08-23)
- (Tourismuswende, 2016): Tourismuswende: Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung: Die Transformation im Tourismus gestalten, 03/2016
- Edenharder, Kodzia* (Food Waste, 2021): Die besten Food Waste Apps gegen Lebensmittelverschwendung (2021), <https://www.hausvoneden.de/technology/besten-food-waste-apps/> (Zugriff: 2022-08-23)
- Ewers, Daniela* (Eröffnungsbilanz, 2022): Eröffnungsbilanz Klimaschutz (2022)
- Felber, Christian* (Über Christian Felber, o.J.): Über den tanzenden Ökonom (o.J.), <https://christian-felber.at/christian-felber/> (Zugriff: 2022-09-08)
- Felschen, Christina* (Regeln gegen Greenwashing, 2022): Europäische Union: EU-Staaten einigen sich auf Regeln gegen Greenwashing von Unternehmen, in: Die Zeit v. 22.06.2022, https://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2022-06/unternehmensverantwortung-eu-nachhaltigkeit-transparenz-grossunternehmen?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.quality.de%2F (Zugriff: 2022-09-03)

- Gillenkirch, Robert* (Strategie, 2018): Definition: Strategie, in: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH v. 19.02.2018, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/strategie-43591> (Zugriff: 2022-09-03)
- (GV): GV-70
- Hausding, Götz* (Tabakrahenkonvention, o.J.): Umsetzung der Tabakrahenkonvention (o.J.), https://www.bundestag.de/webarchiv/presse/hib/2020_01/677462-677462 (Zugriff: 2022-08-18)
- Helmke, Stefan/Scherberich, John Uwe/Uebel, Matthias* (LOHAS, 2016): LOHAS-Marketing, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016
- Henle, Florian/Stadler, Simon* (Greenwashing erkennen, 2021): So erkennst du Greenwashing von Unternehmen, in: polarstern v. 03.11.2021, <https://www.polarstern-energie.de/magazin/artikel/so-entlarvst-du-greenwashing/> (Zugriff: 2021-12-01)
- Hennies, Robert* (COP 21, 2021): Die Klimakonferenz in Paris (2021), <https://www.bmuv.de/themen/klimaschutz-anpassung/klimaschutz/internationale-klimapolitik/pariser-abkommen> (Zugriff: 2022-07-29)
- Ittershagen, Martin* (EMAS, o.J.): EMAS - Umweltmanagement-Gütesiegel der Europäischen Union (o.J.), <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/wirtschaft-umwelt/umwelt-energiemanagement/emas-umweltmanagement-guetesiegel-der-europaeischen> (Zugriff: 2022-07-27)
- Jäger, Laura* (Riskante Abhängigkeit, 2019): Riskante Abhängigkeit: In armen Ländern bringt der Tourismus Devisen und schafft Arbeitsplätze. Doch der Boom hat Schattenseiten (04.03.2019), <https://www.welt-sichten.org/artikel/35799/tourismus-riskante-abhaengigkeit> (Zugriff: 2022-08-12)
- Janßen, Tim/Griefahn, Nora Sophie* (C2C, o.J.): C2C NGO: Startseite (o.J.), <https://c2c.ngo/> (Zugriff: 2022-08-31)
- Jergler, Markus* (Gastro Studie, 2017): Gastro: Studie belegt stressigsten Job der Welt, in: HOGAPAGE v. 02.03.2017, <https://www.hogapage.de/nachrichten/wirtschaft/gastro-nomie/gastro-studie-belegt-stressigsten-job-der-welt/> (Zugriff: 2022-06-27)
- Joeres, Annika* (Wasserknappheit, 2022): Wasserknappheit: Die Touristen haben Vorrang, in: Die Zeit v. 06.08.2022, https://www.zeit.de/politik/ausland/2022-08/wasserknappheit-cote-d-azur-nizza-wasserverbrauch?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.de%2F (Zugriff: 2022-08-23)
- Joncic, Alexander* (ECG, 2022): Nachhaltiges Energiemanagement_ECG, E-Mail, Berlin
- Kaiser, Ulrike* (Armut, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Armut in jeder Form und überall beenden, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/armut-in-jeder-form-und-ueberall-beenden-1537492> (Zugriff: 2022-05-10)
- (Bildung, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Hochwertige Bildung weltweit (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/hochwertige-bildung-weltweit-1004538> (Zugriff: 2022-05-10)
- (Dt. Nachhaltigkeitsstrategie, o.J.): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie - Weiterentwicklung 2021 (o.J.), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/nachhaltigkeitsstrategie-2021-1873560> (Zugriff: 2022-07-27)
- (Energie, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Bezahlbare und saubere Energie, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/bezahlbare-und-saubere-energie-1581908> (Zugriff: 2022-05-10)
- (Gesundheit und Wohlergehen, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Gesundheit und Wohlergehen, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019),

- <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/gesundheits-und-wohlergehen-1509824> (Zugriff: 2022-05-10)
- (Gleichstellung von Frauen und Männern, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Gleichstellung von Frauen und Männern, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/gleichstellung-von-frauen-und-maennern-841120> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Globale Nachhaltigkeitsstrategie, 2019): Globale Nachhaltigkeitsstrategie: Nachhaltigkeitsziele verständlich erklärt (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltigkeitsziele-verstaendlich-erklart-232174> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Globale Partnerschaft, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Globale Partnerschaft, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/globale-partnerschaft-1140096> (Zugriff: 2022-05-11)
 - (Hunger beseitigen, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Ernährung weltweit sichern, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/ernaehrung-weltweit-sichern-319080> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Industrie, Innovation und Infrastruktur, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Industrie, Innovation und Infrastruktur, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/industrie-innovation-und-infrastruktur-1552930> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Klimaschutz, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Weltweit Klimaschutz umsetzen, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/weltweit-klimaschutz-umsetzen-181812> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Konsum und Produktion, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Nachhaltig produzieren und konsumieren, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltig-produzieren-und-konsumieren-181666> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Leben an Land, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Leben an Land, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/leben-an-land-1642288> (Zugriff: 2022-05-11)
 - (Leben unter Wasser schützen, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Leben unter Wasser schützen, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/leben-unter-wasser-schuetzen-1522310> (Zugriff: 2022-05-11)
 - (Mehrwegpflicht, o.J.): Änderungen im Verpackungsgesetz (o.J.), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/mehrweg-fuers-essen-to-go-1840830> (Zugriff: 2022-09-04)
 - (Nachhaltig wirtschaften, 2022): Nachhaltig wirtschaften als Chance für alle, <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltig-wirtschaften-als-chance-fuer-alle-276606> (Zugriff: 2022-08-20)
 - (Nachhaltige Städte und Gemeinden, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Nachhaltige Städte und Gemeinden, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltige-staedte-und-gemeinden-1006538> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Starke und transparente Institutionen fördern, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Starke und transparente Institutionen fördern, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019),

- <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/starke-und-transparente-institutionen-foerdern-199866> (Zugriff: 2022-05-11)
- (Wasser, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Ausreichend Wasser in bester Qualität, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/ausreichend-wasser-in-bester-qualitaet-313276> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Weniger Ungleichheiten, 2019): Ziele nachhaltiger Entwicklung: Weniger Ungleichheiten, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/weniger-ungleichheiten-1592836> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Wirtschaftswachstum, 2019): Ziele für nachhaltige Entwicklung: Nachhaltig wirtschaften als Chance für alle, Agenda 2030 - die 17 Ziele (2019), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/nachhaltig-wirtschaften-als-chance-fuer-alle-276606> (Zugriff: 2022-05-10)
 - (Ziele, o.J.): Ziele für eine nachhaltige Entwicklung weltweit (o.J.), <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/ziele-fuer-eine-nachhaltige-entwicklung-weltweit-355966> (Zugriff: 2022-05-10)
- Kausch, Christian* (Tegernsee Card, 2019): Wissenswertes - TegernseeCard - Gästekarte & TegernseeCard - Service - Infos- Urlaub am Tegernsee in Oberbayern (2019), <https://www.tegernsee.com/tegernseecard-wissenswertes> (Zugriff: 2022-08-24)
- Kleinen, Sarah* (Gastronomie, 2022): Gastronomie und Hotellerie in Gründerstimmung, in: HOGAPAGE v. 14.07.2022, <https://www.hogapage.de/nachrichten/wirtschaft/management/gastronomie-und-hotellerie-in-gruenderstimmung/> (Zugriff: 2022-08-18)
- Kliem, Thomas* (Reisemotive, 2003): Reisemotive, Reiseverhalten und Wahrnehmungen deutscher Touristen in Norwegen als Grundlage der Entwicklung neuer Konzepte für die norwegische Tourismuswirtschaft, 2003
- Knoepfel, Daniel* (Mülltrennung Gastronomie, 2021): Mülltrennung in der Gastronomie: Das sind die wichtigsten Vorschriften zur Abfallentsorgung in der Gastronomie, in: #IAMPLASTICFREE v. 15.01.2021, <https://iamplasticfree.org/blogs/magazin/mulltrennung-und-recycling-in-der-gastronomie> (Zugriff: 2022-09-04)
- Koch, Matthias* (Greenwashing Definition, 2019): Was ist Greenwashing?, in: Besser nachhaltig! v. 05.09.2019, https://besser-nachhaltig.com/was-ist-greenwashing/?gclid=EAlaIQobChMI9sDV0KbC9AIVQbTVCh1GLgzJEAAYAAEgImLPD_BwE (Zugriff: 2021-12-01)
- Kraus, Christian/Eckert, Fabian/Pachaly, Florian* (Recup, 2022): Deine Lösung für die Mehrwegpflicht | RECUP & REBOWL, <https://recup.de/mehrwegpflicht/> (Zugriff: 2022-09-04)
- Kuhlmann, Andreas/Haverkamp, Kristina* (Über uns - dena, o.J.): Wir sind die Deutsche Energie-Agentur (o.J.), <https://www.dena.de/ueber-die-dena/> (Zugriff: 2022-08-31)
- Ladinig, Peter* (Umfrageergebnisse, 2013): Umfrageergebnisse zum Thema: Suchtprobleme in der Gastronomie 2013
- Lena Werner* (Lena Werner, o.J.): Das bin ich (o.J.), <https://www.lenawerner.de/das-bin-ich/> (Zugriff: 2022-08-03)
- Lin-Hi, Nick* (Definition, 2021): Definition: Greenwashing, in: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH v. 26.08.2021, <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/greenwashing-51592> (Zugriff: 2022-08-30)
- Malangré-Baldin, Ruth* (Brundtland, o.J.): Brundtland Bericht, 1987 (o.J.), https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/brundtland_report_563.htm (Zugriff: 2022-09-01)
- Mandziuk, Glenn* (GSTC, 2016): GSTC Hotel Kriterien (2016)

- Mayring, Philipp* (Qualitative Inhaltsanalyse, 2015): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken, 12., vollständig überarbeitete und aktualisierte Aufl., Weinheim: Beltz, 2015
- Monshausen, Antje* (Tourismus & Wasserknappheit, 2017): Tourismus und Wasserknappheit (2017) (Zugriff: 2022-08-23)
- Mumm, Gerrit* (DNS, 2021): Die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie: Weiterentwicklung 2021 - Kurzfassung, 10.03.2021, <https://www.bundesregierung.de/re-source/blob/974430/1919202/b84e1a8f091845c8880ffb397d1fe6cb/2021-05-28-kurz-fassung-nachhaltigkeit-data.pdf?download=1> (Zugriff: 2022-07-27)
- (dt. Nachhaltigkeitsstrategie, 2016): Die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie: Grundlagen - Evaluationen - Empfehlungen, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016
- Neeves, Tim* (Brave Blue World, 2020): Brave Blue World: Die dringliche Lösung unserer Wasserkrise, 2020
- o.A.* (Hrsg.) (Handbuch, 2021): Das Handbuch für nachhaltiges Reisen: Praktische Tipps und Inspirationen für den achtsamen Traveller, München: Bruckmann, 2021
- (Nichtraucher, 2020): Chef gibt Nichtrauchern mehr Urlaub, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 22.09.2020, <https://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/gesundheit/statt-zigarettenspausen-chef-gibt-nichtrauchern-mehr-urlaub-16965535.html> (Zugriff: 2022-08-23)
- (Tourismusaufkommen, 2022): Tourismusaufkommen weltweit bis 2021 (2022), <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37123/umfrage/weltweites-tourismusaufkommen-nach-reiseankuenften-seit-1950/> (Zugriff: 2022-08-13)
- Paschotta, Rüdiger* (Blockheizkraftwerk, 2022): Blockheizkraftwerk (2022), <https://www.energie-lexikon.info/blockheizkraftwerk.html> (Zugriff: 2022-08-20)
- Pololikashvili, Zurab* (HES, o.J.): Hotel Energy Solutions (HES) (o.J.), <https://www.unwto.org/hotel-energy-solution> (Zugriff: 2022-08-08)
- (One Planet, o.J.): One Planet (o.J.), <https://www.unwto.org/sustainable-development/one-planet> (Zugriff: 2022-07-29)
- (Sustainable, o.J.): Sustainable development (o.J.), <https://www.unwto.org/sustainable-development> (Zugriff: 2022-07-29)
- (Tourism, o.J.): Tourism 4 SDGs (o.J.), <https://www.unwto.org/tourism4sdgs> (Zugriff: 2022-07-29)
- Pufé, Iris* (Nachhaltigkeit, 2017): Nachhaltigkeit, 3667 // 8705, 3. Aufl. // 3., überarbeitete und erweiterte Auflage, München: UTB GmbH; UVK Lucius; UVK Verlagsgesellschaft mbH mit UVK/Lucius, 2017
- (Nachhaltigkeitsmanagement, 2012): Nachhaltigkeitsmanagement, Bd. 063, München: Hanser, 2012
- Riedel, Thomas* u. a. (Niedrigwasser, 2021): Niedrigwasser, Dürre und Grundwasserneubildung: Bestandsaufnahme zur gegenwärtigen Situation in Deutschland, den Klimaprojektionen und den existierenden Maßnahmen und Strategien (2021)
- Rohrmoser, Peter* (Werfenweng, o.J.): Werfenweng Card – Karten & Preise – Werfenweng, Salzburger Land (o.J.), <https://www.werfenweng.eu/urlaub/werfenweng-card/kartenpreise/> (Zugriff: 2022-09-09)
- Schimke, Jana* (Ehrenamt, o.J.): Ehrenamt und politische Ämter (o.J.), <https://www.jana-schimke.de/Ueber-mich/Ehrenamt-und-politische-Aemter/Ehrenamt-und-politische-Aemter.html> (Zugriff: 2022-08-03)
- Schneider, Andreas* (Reifegradmodell, 2012): Reifegradmodell CSR – eine Begriffsklärung und -abgrenzung, in: *Andreas Schneider/René Schmidpeter* (Hrsg.), Corporate, 2012, S. 17–38

- Schneider, Andreas/Schmidpeter, René* (Hrsg.) (Corporate, 2012): Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Berlin/Heidelberg: Springer Gabler, 2012
- Schulz, Christoph* (Nachhaltig, 2020): Nachhaltig reisen für Einsteiger: Umweltfreundlich Urlaub machen und die Welt entdecken, München: mvgverlag, 2020
- Schwarzlmüller, Elmar/Leutgöb, Johanna* (Getränkeverpackungen, 2011): Getränkeverpackungen am prüfstand (2011)
- Smith, Jaden* (HOME, o.J.): HOME (o.J.), <https://www.waterbox.org/> (Zugriff: 2022-08-23)
- Sosa Cabrios, Andrea* (Dia de los Muertos, 2021): Die Neuerfindung des Tags der Toten, in: Märkische Allgemeine v. 27.10.2021, S. 24
- Stamer, Arne* (Amortisation, o.J.): Amortisation: Definition, Erklärung mit Zusammenfassung u. Beispiel (o.J.), <https://www.betriebswirtschaft-lernen.net/erklaerung/amortisation/> (Zugriff: 2022-08-20)
- Tabrizi, Ali* (Seaspiracy, 2021): Seaspiracy: Kip Andersen
- Usborne, Simon* (Greenwashing, 2022): Ist Greenwashing bald Geschichte?, in: LGT Gruppe Stiftung v. 02.02.2022, <https://www.lgt.com/de/magnet/nachhaltigkeit/ist-greenwashing-bald-geschichte/#button1> (Zugriff: 2022-09-02)
- Valentin Tappeser, Daniel Weiss* (Managementregeln, 2017): Die Managementregeln der Nachhaltigkeitsstrategie 2017, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1968/publikationen/2017-02-24_texte_12-2017_managementregeln_nhs.pdf (Zugriff: 2022-08-18)
- Valkieser, Arthur* (About, o.J.): About Hydraloop (o.J.), <https://www.hydraloop.com/about> (Zugriff: 2022-08-23)
- (Home, o.J.): Home (o.J.), <https://www.hydraloop.com/> (Zugriff: 2022-08-23)
- (Products, o.J.): Products Commercial (o.J.), <https://www.hydraloop.com/products-commercial> (Zugriff: 2022-08-23)
- (Why Recycle, o.J.): Why Recycle (o.J.), <https://www.hydraloop.com/why-recycle> (Zugriff: 2022-08-23)
- Watson, Bruce* (Greenwashing, 2017): The toubling evolution of corporate greenwashing, in: Chain Reaction 2017, Heft 129, S. 38–39
- Wiechmann, Arne* (Klimaabkommen, o.J.): Klimaabkommen von Paris (o.J.), <https://www.bmz.de/de/service/lexikon/klimaabkommen-von-paris-14602> (Zugriff: 2022-07-21)
- (Übereinkommen von Paris, o.J.): Übereinkommen von Paris o.J. (Zugriff: 2022-07-21)
- Wiegel, Michaela* (Frankreich, 2021): Frankreich verbietet kurze Inlandsflüge, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung v. 05.05.2021, <https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/frankreich-verbietet-kurze-inlandsfluege-17326781.html> (Zugriff: 2022-09-05)
- Zöllick, Guido* (Definitionen, o.J.): Definitionen der Betriebsarten (o.J.), <https://www.dehoga-bundesverband.de/zahlen-fakten/betriebsarten/> (Zugriff: 2022-07-10)
- Zwanziger, Christian* (Über mich, o.J.): Über mich (o.J.), <https://christian-zwanziger.de/ueber-mich/> (Zugriff: 2022-08-03)

Anhang

Experteninterviews

Zu Beachten ist, dass die Textpassagen eingeleitet mit einem (I:) Aussagen der Autorin sind und die Textpassagen der Experten, die nochmals in der Überschrift erwähnt wird mit der jeweiligen ID aus Tabelle 1 versehen sind.

Lena Werner - SPD, Bundestagsabgeordnete

I: Was sind Ihre Aufgaben?

LW: Als Abgeordnete bin ich im Bundestag und sitze im Ausschuss Wirtschaft und im Ausschuss Tourismus, das ist sozusagen mein Arbeitsfeld. Da sind meine Aufgaben an den

Ausschusssitzungen teilzunehmen, die Themen zu diskutieren, inhaltlich vorzubereiten und zu schauen, in den Themenbereichen, die mir jetzt zugeordnet sind, was man da noch verbessern kann, an Gesetzen, ich muss mit den Stakeholdern in den Austausch gehen, um eben zu verstehen, wie die Situation ist, wo man eben noch Verbesserungen machen muss, was aber vielleicht auch schon gut läuft. Also einfach zu schauen, wo man noch nachsteuern kann und dann eben, sofern Gesetze auf den Weg gebracht werden, dann da eben auch die Gesetze mitzuverhandeln und zu bestreiten.

Und die zweite Aufgabe ist, dann die Wahlkreisarbeit. Als Abgeordnete ist man ja dann auch für einen Wahlkreis zuständig. Ich bin nicht direkt gewählt, ich bin über die Liste gewählt in Rheinland-Pfalz, nichtsdestotrotz sehe ich das als eine große Aufgabe, weil wir ja alle Volksvertreter sind und ja alle gewählt wurden.

Dann eben auch die Interessen von meinem Wahlkreis zu vertreten, d.h. ich bin auch viel in meinem Wahlkreis vor, spreche dort mit den Menschen, auch weil meine Gegend sehr touristisch ist, spreche ich mit vielen touristischen Stakeholdern um dann eben das, was vor Ort passiert nach Berlin zu tragen und da, sollten Probleme aufkommen, die auf Berlinebene zu lösen oder eben an die entsprechenden Stellen weiterzureichen, also das sind so ungefähr die zwei Stränge an Aufgaben als Abgeordneter. Und da zählt natürlich dazu, dass man im Plenum sitzt und abstimmt über Gesetzestexte oder andere Anträge von uns selbst, von der Regierung oder der Koalition oder von der Opposition.

I: Was verstehen Sie unter dem Begriff Nachhaltigkeit?

LW: Ja ich glaube, dass es mittlerweile ein sehr dehnbarer Begriff ist und ich glaube, dass er in fast zu vielen Kontexten genutzt wird, aber für mich kann man das in ein 3-Säulen-Modell einteilen. Also einmal ökonomische Nachhaltigkeit, ökologische

Nachhaltigkeit und soziale Nachhaltigkeit. Worum geht es letztendlich bei Nachhaltigkeit? Es geht darum die Ressourcen, die einem zur Verfügung stehen, so zu nutzen, dass die Regenerationsfähigkeit und Verträglichkeit gegeben ist, d.h. das, was man nutzt auch wieder sich selbst reproduzieren kann. Und ich finde, wenn man über Nachhaltigkeit spricht, dann sind für diese 3 Punkte, die da zusammenkommen, erstmal sehr sehr wichtig und dann eben noch der Faktor, dass es eine soziale Nachhaltigkeit braucht, davon wird ja auch immer wieder gesprochen, gerade im SPD-Kontext und das ist dann eben in den Einklagen mit den davor genannten Bereichen, also Ökonomie, Ökologie und soziale Nachhaltigkeit, dass man das alles eben auch zusammendenken muss.

I: Sie sprechen auf Ihrer Homepage von sozialer Nachhaltigkeit. Wie differenzieren Sie die Begriffe „sozial“, „sozial nachhaltig“ und „nachhaltig“?

LW: Nachhaltig: Kommt ja grundsätzlich erstmal aus der Landwirtschaft, bzw. Forstwirtschaft, also wirklich etwas sehr sehr Ökologisches und das wurde dann jetzt ausgedehnt auf die anderen 3 Bereiche, die wir haben

Sozial: Es geht darum, dass der Mensch im Vordergrund steht und die Bedürfnisse, die die Menschen haben beachtet werden und man muss dann halt eben die drei Sachen auch zusammendenken, dass man eben schaut, wie können wir vor allem auch den Staat so gestalten oder auch die Rahmenbedingungen in Deutschland, dass eben die Menschen auch nachhaltig etwas davon haben, also langfristig und dass es ihnen ebenfalls langfristig gut geht und nicht dass wir, wenn ich jetzt mal ein negatives Beispiel aus der aktuellen Regierung sagen darf, 300 Euro an alle ausschütten, obwohl gar nicht alle das brauchen, das ist in meinen Augen nicht nachhaltig, sondern es wäre zielführender und nachhaltiger, wenn wir gezielt die Menschen, die es wirklich sehr sehr schwierig haben gerade bei steigenden Preisen, denen unter die Arme greifen, das wäre für mich nachhaltiger als es allen zu geben. Weil natürlich wieder Geld auf einer Seite weggenommen wird, das uns fehlt oder wo wir uns verschulden und dann aber an alle ausgeschüttet wird, wo es teils gar nicht benötigt wird und das ist in dem Moment für mich nicht nachhaltig gedacht oder nachhaltig geplant. Wenn man das eben so breit ausschüttet und nicht gezielt.

I: Welche Bedeutung kommt den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit zu?

LW: Ich glaube eine sehr große Bedeutung, alleine dadurch was Hotels an, oder das Produkt Hotel an sich einfach schon und wie viel CO₂ Emissionen dadurch verursacht werden, wenn man in einem Hotel ist, kann man theoretisch jeden Tag sein Badetuch wechseln lassen, jeden Tag wird geputzt und wenn man ehrlich ist, macht man das

zu Hause eigentlich weniger, Zu Hause würde man ja nicht jeden Tag sein Badetuch wechseln und das ist eben ein Punkt wo viele CO₂ Emissionen entstehen, wenn so viel Wäsche produziert und die jeden Tag waschen muss. Z.B. einen sehr großen Teil im Hotel ausmacht, dann natürlich alles was mit Lebensmittelproduktion dazu zählt, dann aber auch die Dienstleistung an sich, also die Fachkraft die da arbeitet, das sind alles Punkte also Produktionsfaktoren oder Produktionsgegenstände oder Sachen die im Hotel aufkommen und da ist es eben wichtig, dass die Hotels vorangehen und sozusagen die Awareness schaffen, dass man darauf achtet, nicht jeden Tag sein Handtuch wechseln zu lassen oder nicht jeden Tag die Putzfrau in seinem Zimmer sauber machen zu lassen, weil man das nicht braucht und das hat ja auch in den Hotels viel angefangen. Also man sieht ja immer diese kleinen Schildchen, achtet auf eure oder schon eure Umwelt und wascht nicht jeden Tag euer Handtuch, d.h. da sieht man ja auch schon, dass die Hotel- und Beherbergungsbetriebe da reagieren, nicht destotrotz ist es einfach vor allem in den großen Betrieben, sie sind einfach die, ja da wird einfach sehr sehr viel CO₂ hergestellt, dadurch dass da so eine große Fluktuation drinnen ist. Wir hatten das bei uns im Hotel an manchen Tagen, da haben wir an Tagen das Hotel einmal komplett ein- und ausgecheckt und dann entsteht natürlich sehr sehr viel Wäsche etc. Badetücher und Bettwäsche da entstehen dann eben schon sehr sehr viele CO₂ Emissionen. Das da die Hotels einfach mehr drauf achten und die Gäste schulen, nachhaltiger zu denken und zu handeln ist eine sehr sehr wichtige Aufgabe auch.

I: Worin sehen sie Chancen/Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben?

LW: Also Chancen sind auf jeden Fall, dass durch eine bewusstere Nutzung der Ressourcen Kosten gespart werden können. Jetzt gerade dann auch der Bezug zur Wäsche, die im Hotel anfängt, da kann man auch Kosten sparen, wenn weniger gewaschen werden muss, das ist auch logisch und wenn weniger die Zimmer gereinigt werden müssen, spart man Personalkosten. Dann ist natürlich auch im Lebensmittelbereich die Chance, wenn man da die Lebensmittel, die man hat, soweit zu verwerten, dass kaum Müll anfällt. Das ist natürlich aufwendig(er), bis man da glaube ich so einen richtigen Zirkel gefunden hat, den man nutzen kann. Aber nichtsdestotrotz denke ich, dass das eine Chance sein kann und man eben so auch vor allem auf dem sozialen Aspekt, was erreichen kann.

Herausforderungen sind auf jeden Fall, ich glaube vor allem für kleinere Betriebe Renovierungen und Investitionen, die anfallen, wenn man nachhaltig arbeiten möchte. Viele Hotels, vor allem die kleineren, stehen vor der Herausforderung, dass ordentlich gedämmt ist, dass wenn man eine Solaranlage aufs Dach macht, ich glaube das ist

für kleine Hotels eine größere Herausforderung im Gegensatz zu den großen oder zu Ketten, die viel mehr Geld auf der Investitionsseite stehen haben als die kleinen Betriebe.

I: Welche nachhaltigen Aspekte werden von Hotel- und Beherbergungsbetrieben am meisten vernachlässigt?

LW: Ich würde fast sagen, weil wir ja auch von sozialer Nachhaltigkeit sprechen, oft der Aspekt Personal. Es ist ja leider auch so, dass die Hotel- und Beherbergungsbetriebe immer Personal suchen, dementsprechend ist die Arbeitsbelastung relativ hoch, weil man trotzdem das Produkt, das man anbietet zur Verfügung stellen muss und wenn ich jetzt an meine eigenen Erfahrungen denke, ist das natürlich nicht immer wirklich Mitarbeiterfreundlich gewesen, a) die Arbeitszeiten und b) wenn es dann irgendwie um Überstunden geht oder finanzieller Ausgleich, ist das für mich auf jeden Fall ein Aspekt in der sozialen Nachhaltigkeit, der definitiv zu kurz kommt. Und dann finde ich ist auch immer schwierig, es gibt ja immer, es gibt auch sehr oft günstige Angebote, wo dann eben nochmal versucht wird Kunden heranzuziehen, wo es dann vielleicht auch einfach zu günstig angeboten wird, wo man dann auch nochmal überlegen müsste, ob das so nachhaltig gedacht ist, Hauptsache das Hotel voll zu bekommen, um jeden Preis sozusagen. Das wären so aus meiner Sicht die Dinge, die eher vernachlässigt werden.

I: Es gibt viele Zertifizierungsmöglichkeiten in puncto Nachhaltigkeit. Jedes ist erwerblich und hat unterschiedliche Schwerpunkte und Anforderungen. Welche kennen Sie?

LW: Mir bekannt ist das Tour Cert, Travellize Gold und das EU-Ecolable, aber ich würde auch gerne dazusagen, dass ich Zertifizierungen immer eher etwas kritisch sehe

I: Welche sind für Sie am bedeutsamsten?

LW: Ich weiß nicht, ob ich sagen würden, dass die 3 am bedeutsamsten sind oder dass irgendeins für mich am bedeutsamsten ist, eben weil ich Zertifizierungen kritisch sehe. Es ist ja leider oft so, dass man nicht unbedingt nur weil man zertifiziert ist, sich an diese Regelungen hält oder man macht es einmal für das Zertifikat und dann ist das wieder vorbei, deswegen Zertifizierungen sind auf der einen Seite gut, weil eben da eben nochmal nachgeschult werden kann oder etwas verbessert werden muss, um das Zertifikat zu erreichen, aber da ist dann eben wieder die Frage, wie nachhaltig ist das? Wenn man so eine Zertifizierung hat, deswegen weiß ich gar nicht ob ich sagen kann, was da am bedeutsamsten für mich ist.

I: Was halten Sie von den SDGs als Rahmen?

LW: Ich finde sie als Rahmen sehr sehr wichtig und gut, ich glaube nur dass einem Großteil der Bevölkerung gar nicht bewusst ist, dass wir diese SDGs haben und wofür die stehen, sondern das wirklich eher auf einer anderen Ebene passiert. Deswegen wäre es wichtig mehr Bewusstsein für die SDGs in der breiten Bevölkerung auch zu schaffen.

I: Wie können diese in Hotel- und Beherbergungsbetrieben umgesetzt werden?

LW: Ich glaube man muss nochmal schauen, welche von diesen SDGs wirklich auch auf dieses Arbeitsfeld zutreffen, da wir z.B. der Punkt Geschlechtergerechtigkeit, umweltverträgliche Energie, nachhaltiger Konsum, darüber haben wir ja gerade schon gesprochen und Maßnahmen zum Klimaschutz sind glaube ich mit am relevantesten, um dann eben auch zum allgemeinen Gemeinwohl beizutragen. Und ich denke, wenn man sich dann die einzelnen Felder anschaut, gibt es in der Hotellerie und Gastrobbranche noch sehr viel Verbesserungspotential. Stichwort Geschlechtergerechtigkeit ist es leider schon so, dass zwar viele Frauen auch Hotels und Gastro arbeiten, aber dann eben eher nicht in den Führungsetagen und da kann man gezielt mit Förderprogrammen nachsteuern. Nachhaltiger Konsum haben wir eben schon besprochen, da gibt es auch einige Felder, wo Hotels vor allem und Gastro gezielt nachschulen können. Man kann darauf achten, dass man irgendwie nur regionale Lebensmittel benutzt, dass man saisonale Produkte benutzt. Und Maßnahmen zum Klimaschutz kann man eben auch vor allem auf erneuerbare Energien umsteigen und so dann dazu beitragen, dass man sich loslöst von den fossilen Energieträgern, was ja sowieso das große Ziel ist, und da können Hotels und Gastro natürlich auch vorne mitmachen und dann schauen, wie man vielleicht auch mehr fördern kann, dass man in eine Kreislaufwirtschaft kommt, auch im Hotel und in der Gastro. Ich denke das sind schon von den SDGs die es gibt mit die wichtigsten, die dann eben auch umgesetzt werden können in diesem Bereich.

I: Faire Arbeitsbedingungen (SDG 8), Herausforderungen wie Arbeitszeiten, Überstunden... in Hotel- und Beherbergungsbetriebe sind bekannt. Warum werden keine (staatlichen) Optimierungen vorgenommen?

LW: (-) Gute Frage (-) Ich glaube es ist so, dass der Staat ja auch in bestimmten Bereichen nur bis zu einem gewissen Punkt eingreift und es gibt ja Regelungen und dann ist halt die Frage, ob sich da immer zu 100 Prozent drangehalten wird. Ja ich find das ist eigentlich eine interessante Frage, weil wie gesagt, wenn ich jetzt an meine Zeit zurückdenke, war es dann oft auch so, wo ich mich gefragt habe, ist es hier eigentlich noch erlaubt wie wir es gerade machen und die Arbeitszeitgesetze die es gibt, werden glaube ich nicht immer eingehalten, aber das liegt auch oft daran,

dass man halt auch selber nicht darauf besteht, dass es diese Gesetze gibt und ich glaube das ist auch ein Zusammenspiel von der Branche selber oder den Mitarbeitenden, weil man natürlich auch nicht immer einfach den Löffel fallen lässt, wenn man jetzt irgendwie acht Stunden vorbei sind und man keine Pause gemacht hat, deswegen finde ich es auch schwierig zu sagen, dass der Staat da noch mehr eingreifen soll. Ich glaube was hilfreich wäre auf jeden Fall, ist die Vereinfachung von Gründung von Betriebsräten und auch die gezielte Werbung in der Gastrobranche und Hotellerie, weil das in meinen Augen noch viel zu kurz kommt und ich glaube dadurch würde man, eben weil man dann nochmal so ein Kontrollgremium hat und dort ein Team wäre darauf hinzuwirken, die Gesetze, die es gibt, eben auch einzuhalten und mehr danach zu schauen. Wobei ich auch finde, dass natürlich viele der Gesetze nicht eins zu eins so richtig auf die Branche, das funktioniert nicht immer. Also man muss da schon ein bisschen flexibler sein glaube ich, deswegen ist es schwierig da noch mehr einzugreifen und es ist halt auch die Frage, inwieweit der Staat noch gesetzlich eingreifen kann und sollte. Da es ja eben auch schon Gesetze gibt.

I: Mir fällt dazu ein, dass das Arbeitszeitschutzgesetz bei der Gastronomie besagt, 10 Stunden Ruhezeit zwischen den Schichten, bei allen anderen sind es 11. Warum gelten nicht faire Arbeitsbedingungen für alle gleich und schafft Ausnahmeregelungen, wenn es nicht eingehalten werden kann, z.B. dass der AG (Arbeitgeber) eine Prämie an den AN (Arbeitnehmer) dafür zahlen. Vielleicht achtet der Betrieb dann darauf.

LW: Finde ich einen interessanten Ansatzpunkt. Ja das müsste man glaube ich nochmal nachfragen. Ich weiß nicht, warum es so ist wie es ist, müsste ich nochmal nachfragen und natürlich ist es im Interesse von uns Arbeitsgesetze so zu machen, dass sie dann fair für alle sind und es nicht so viele Ausnahmeregelungen gibt. Das müsste ich tatsächlich nochmal nachfragen.

I: Was unternimmt der Staat explizit für Hotel- und Beherbergungsbetriebe, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten?

LW: Ich glaube wirklich so konkret für Hotel- und Beherbergungsbetriebe gibt es nichts direkt, aber die Maßnahmen, die es sonst gibt, also Fördermöglichkeiten für TV-Anlagen, um Stromkosten zu senken, sind für Unternehmen zur Verfügung und da können natürlich auch Hotel- und Beherbergungsbetriebe mitmachen und ansonsten ist mir jetzt glaube ich nichts bekannt. Ich meine, wir haben die nationale Tourismusstrategie, wo auch Nachhaltigkeitsaspekte eine Rolle spielen, eben auch auf den verschiedenen Ebenen. Da geht es natürlich auch um faire Arbeitsbedingungen und eben halt auch um zu schauen, wie man Tourismus allgemein und das ist dann nicht

nur auf Hotel- und Beherbergungsbetriebe bezogen, sage ich mal klimafreundlicher werden kann.

I: Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs? Wenn ja, welche?

LW: Also es gibt ja explizit für den Tourismus das Förderprogramm LIFT und da gibt es z.B. ein Projekt, das heißt Open Door Wine aus der Pfalz und da wird versucht die Regionalität von Tourismusdestinationen zu unterstreichen, lokale Lieferketten zu fördern und die Produktionszentren besser zu vernetzen. Und da wird dann auch, das, was ich eben schon meinte zur Erreichung der SDGs, dass man wirklich daraufsetzt, regionaler, saisonaler vor allem Produkte anzubieten. Und was natürlich auch wichtig ist, ist der Punkt Produzenten zu vernetzen, bzw. grundsätzlich die Akteure im Tourismus gezielter zu vernetzen, da durch die Kleinteiligkeit, die es in der Branche gibt, natürlich sehr viel Wertschöpfung untereinander verloren geht und man gar nicht die Synergiepunkte, die es gibt, wirklich verknüpfen kann oder nutzt. Genau das wäre z.B. ein Projekt, das man in dem Rahmen nennen kann.

I: Was ist ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bez. einer nachhaltigen Ausrichtung/Gestaltung

LW: Nachhaltigkeit zahlt sich auf jeden Fall aus, auf mehreren Ebenen. Es kann finanziell ein Vorteil werden, es ist wichtig, um eben auch die Grundlage des Tourismus zu schützen, weil warum reist man in Deutschland - vor allem wegen der Natur und deswegen müssen wir auch dafür sorgen, dass die auch geschützt wird und erhalten bleibt und dafür ist es wichtig, dass sich die Stakeholder aus dem Tourismus dafür einsetzen, nachhaltig zu wirtschaften, zu arbeiten, um unser Ökosystem und unsere Biodiversität zu schützen. Nachhaltigkeit ist in allen drei Bereichen wichtig, ökologisch, ökonomisch und sozial und wenn man fair mit seinen Mitarbeitenden umgeht, dann hat man eben nachhaltig länger was von denen.

Hannes Lichtmannegger - Hotel Rehlegg

I: Was sind Ihre Aufgaben im Hotel?

HL: Ich bin Inhaber mit meinem Cousin und bin hauptsächlich hier im Büro tätig, d.h. die Finanzen. Der Blick von oben auf das Ganze Geschehen, eher so in der Position der Aufsichtsrats-Position. Wir sind jetzt eine AG. Die aktive Geschäftsführung, die übernimmt immer mehr die Tochter und ich bin mehr das Gesicht des Unternehmens, deshalb bin ich immer viel unterwegs, weil Nachhaltigkeit an allen Ecken und Enden gefragt ist. Also gestern bei einer großen Veranstaltung an der FH Salzburg, die verschiedenen Unis, da war ich schon überall und da sieht man wie heiß das Thema

gerade ist und dementsprechend zu Ihrer Frage oder der Titel ihrer Bachelorarbeit, ist im Endeffekt so zu beantworten, dass das Thema Nachhaltigkeit in Zukunft keine Frage mehr ist, sondern aus meiner Sicht ein Muss ist. Das wird eine Basisfähigkeit sein, weil immer mehr Menschen draufschauen, wie das Unternehmen tickt, was Umweltverträglichkeit oder generell Nachhaltigkeit angeht, somit können wir da eigentlich gleich voll einsteigen.

I: Was verstehen Sie unter dem Begriff Nachhaltigkeit?

HL: Also wir haben bei uns im Haus mehrere Ebenen definiert, wo das ganz eben abläuft. Das sind 4 Hauptthemen. Das ist einmal Regionalität, damit hat bei uns alles angefangen. Also seit 2012 versuchen wir was irgendwo geht an Lebensmitteln an erster Stelle natürlich Fleisch, Fisch, Wild und Geflügel aus der Region zu beziehen, seit 2016 können wir zu 100 Prozent sagen, dass das so ist. Bei Gemüse usw. das kann man sich so vorstellen, hier in einem kleinen Alpental, ist eher schwierig, da müssen wir ein bisschen mehr in die Fläche raus. Da nehmen wir auch unser benachbartes Salzburg mit, da gehen wir dann so ca. 50km im Umkreis raus, weil das hier eben sonst nicht funktioniert. Ansonsten schauen wir, dass wir alles, was geht irgendwo aus der Region beziehen, genauso auch die ganzen Handwerker aus der Region beschäftigen und so weiter und sofort. Als wir die regionale Thematik immer mehr umgestellt haben, ist uns immer mehr aufgefallen, dass wir im Thema Energieeffizienz und umweltschonenden Verhalten auch einiges noch zu tun haben. Und da ging es dann mehr oder weniger parallel in alle Richtungen, also das waren dann die Themen, ja Ebenen 2 und 3 kann man sagen. Energieeffizienz, da haben wir mittlerweile zwei Blockheizkraftwerke, wir haben 2 PV-Anlagen, wir haben 2 Solar...Anlagen. Wir produzieren 2/3 des Stroms im Haus selbst. Tendenz deutlich steigend Wir haben Montag nochmal zusätzliches ein BHKW, also Blockheizkraftwerk bestellt, das kommt jetzt im Sommer. Plus eine große PV-Anlage, nochmal 50kw, sodass wir im Herbst komplett Sind, also d.h. was elektrischen Strom angeht, das produzieren wir dann alles selbst. Und dann ist seit vielen Jahren E-Mobilität ein Riesenthema bei uns, weil wir mittlerweile 8 Fahrzeuge in der Firma haben, Mitarbeiter ausstatten damit wir uns, Sie können sich vorstellen, dass die die täglich einige Kilometer herfahren müssen und bei uns kostenlos Strom tanken können und die darüber lachen über den Spritpreis, also da tun wir schon sehr viel. Was die Energieeffizienzgeschichten und Elektromobilität angeht, sind aber da noch nicht am Ende. Der Mittelfristige Weg und da sind wir auch schon ziemlich weit, wird dann Saisonspeicher sein. Saisonspeicher heißt, dass überflüssiger Strom, den wir im Sommer produzieren über Wasserstoffspeicher dann im Winter mitzuverheizen oder dann zu verstromen, je nachdem. Da sind wir gerade dran, das ist ein Thema, das wird uns noch die nächsten Jahre

beschäftigen. Nicht erst seit der Ukraine Krise. Seit 2015 sind wir klimaneutral, bzw. haben den grünen Fußabdruck A von Viabono. Wir haben uns dann von den Klimahotel, wo wir Mitglied sind, haben wir uns geeinigt darauf, dass wir nochmal zusätzlich. Zehn Prozent mehr CO₂, dass wir nicht vermeiden können, an CO₂ Ausstoß kompensieren. In der Summe macht das dann 30 Prozent mehr aus, weil Viabono schlägt uns von Haus aus bei der Bewertung 20 Prozent drauf, als Sicherheitspolster, das wir halt wirklich save sind und sagen können, wir sind klimaneutral plus das obendrauf, wir nennen uns klimapositiv. Weil ich glaube wir können ganz klar behaupten, dass wir klimapositiv sind, denn alle Dinge, die wir tun, das machen kaum Hotels, noch. Ich merke es immer wieder, bei der Veranstaltung vorgestern waren 200 Zuhörer und sämtliche Tourismuspräsidenten, die Österreich hat und da hat man klar raus gehört dass die noch weit weg sind, also man sieht da ist viel verschlafen worden, viel verschoben worden, hat aber durchaus damit zu tun, dass die Krisen dieser Welt, also die Corona-Krise war jetzt die erste zumindest wieder, die Ukraine-Krise, wo meines Erachtens wieder viel zu sehr diese Sachen im Fokus sind und Nachhaltigkeit mehr wieder nach unten verschoben wird, was die Prioritätenliste angeht. Das ist schade aber ist halt so, aber und jetzt kommen wir dann zur Ebene 4 bevor wir dann in die Beispiele einsteigen. Ebene 4 ist dann eben die Mitarbeiter, das ist für uns ein Riesenthema. Nicht nur, dass es enorme Knappheit gibt. Wir haben 25 Prozent der Mitarbeiter in der Coronakrise in Hotel- und Gaststättenbetrieben verloren, aber wir haben 90 Mitarbeiter an Bord und Tendenz ganz angenehm, wir haben dieses Jahr jetzt wieder 12 Auszubildende, die kommen von überall her und wollen bei uns lernen, eben auch deshalb, weil sie sehen, dass es Betriebe gibt, die sich der Nachhaltigkeit verschrieben haben und sie wollen lernen, wie das geht. Also man sieht von der Jugend aus geht da absolut was aus, also ein Interesse da, sich da auch dementsprechend ausbilden zu lassen und wir spinnen das Thema dann noch viel weiter. Also zum einen ist es uns verdammt wichtig, dass wir die Mitarbeiter informieren, was wir für Nachhaltigkeitsziele haben. Es ist klar, dass ohne Informationen funktioniert nicht. Gerade wenn sie, seit 9 Jahren machen wir es jetzt schon, dass wir auf Chemiefreie Hotelreinigung umstellen, d.h. dass alle Räume und öfftl. Bereiche usw. selbst Küche mit HACCP-Zulassung werden weitestgehend oder zu 98 Prozent chemiefrei gereinigt mit effektive Mikroorganismen. Das müssen Sie den Menschen erklären. Ich sage jetzt mal ganz vorsichtig, nicht falsch verstehen und nicht böse gemeint, wenn sie einem ukrainischen Zimmermädchen erklären müssen, dass sie ihr Putzmittel auch trinken könnte oder ich. Bei meinen Vorträgen wird vorgehalten, dass man das trinken kann, dann ist das schon eine abgefahrene Geschichte und für den ein oder anderen nicht ganz nachvollziehbar im ersten Moment, aber wenn sie dann damit gearbeitet haben und keine Gummihandschuhe oder Schutzbrille oder sonst

etwas brauchen, sondern sich mit reiner Natur beschäftigen und putzen, dann ist das eine schöne Geschichte. Wir sind über des Weiteren hinausgegangen. Wir machen eben viele Sachen, die in der Hotellerie vielleicht noch nicht ganz angekommen sind. Wir haben vor einigen Jahren mit der Schlaftherapeutin angefangen unsere Mitarbeiter zu schulen, was gesunden Schlaf angeht, denn wenn man weiß, dass nur 30 Prozent in Deutschland angeben, dass sie gut schlafen, dann heißt das im Umkehrschluss 70 Prozent schlafen nicht gut. Wenn sie aber ausgeschlafene Mitarbeiter haben wollen, dann müssen Sie ihnen einfach nur zeigen, wie gesunder Schlaf funktionieren kann, was es dazu braucht. Und diese Geschichte war sehr sehr erfolgreich, da kam viel zurück. Wir haben auch eine eigene Osteopathin angestellt, bzw. die beauftragt einmal in der Woche unsere Mitarbeiter physiotherapeutisch und osteopathisch behandelt, falls nötig, aber diese Termine sind immer ausgebucht. Also jeder hat irgendwo was, was zwickt. Also um die Gesundheit der Mitarbeiter wird sich gekümmert. Dann gesundes Essen, wir haben unsere Küche komplett umgestellt auf Osmose arme, gesunde Garverfahren, nicht nur regionale Produkte, sondern auch die bio- und gesundheitsschiene für uns entdeckt und alles, was unsere Gäste eben essen dürfen an tollen Produkten, bekommen unsere Mitarbeiter genauso. Es gibt Mittag und Abend ein Buffet, auch für die Mitarbeiter, wo es vegane und vegetarische Gerichte genauso gibt, wie Fleisch oder Fisch. Hat uns auch sehr viele positive Meldungen eingebracht, weil einfach das eine gewisse Wertschöpfung bedeutet. Und es gibt noch viele andere Geschichten/Beispiele, z.B. wir haben eine Sonderversicherung, Zusatzversicherung für alle Mitarbeiter abgeschlossen, wo verschiedene Zusatzleistungen, die eben von der Krankenkasse zum Teil nicht bezahlt werden, eben dann finanziert werden. Also bei neuen Mitarbeitern sind es dann 300€ pro Jahr, was sie netto dazu bekommen, von dieser Versicherung, wenn sie z.B. eine Brille brauchen oder Zahnersatz oder sonst was. Bei länger gebliebenen Mitarbeitern bekommen die dann eben 600€ im Jahr. Das ist auch eine ganz tolle Geschichte, dass man einfach Menschen zeigt, dass ihnen geholfen wird, wenn es mal eng wird oder irgendwo zwickt. Das sind jetzt so die 4 Bereiche im groben gewesen. Natürlich habe ich in ihrem Fragebogen gesehen, dass die SDG angesprochen werden, wir haben uns 2 Einrichtungen, das ist einmal die Bergsteiger Region Berchtesgadener Land, also die UNESCO hat sich ja vor 30 Jahren schon Berchtesgaden oder Ramsau und 5 Gemeinden angeschaut und hat diesen Bereich für schützenswert befunden, weil der Mensch mit der Natur hier vorbildlich zusammen arbeitet und wir sind schon seit vielen Jahren aktiv Mitglied, also wir waren der erste offizielle UNESCO Ferienbetrieb der Region im Berchtesgadener Land und sind eben jetzt im zweiten Bewerbungsbereich wieder ganz vorne mit dabei und da geht's eben auch um die ganze Frage der SDGs und da hat der Nationalpark, wo wir natürlich auch aktiver Partner

sind, eben ganz explizit abgefragt und wir haben eben diese vielen vielen Punkte abgearbeitet und können sagen dass wir uns da einfachen auf einem sehr sehr guten Weg befinden.

I: Welche Bedeutung kommt den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit zu?

HL: Wenn man weiß, dass, also Studien sprechen ja von elf Prozent des CO₂ Ausstoßes kann man dem Tourismus zuschreiben. Also in Österreich haben wir folgendes erfahren, wenn man An-&Abreisen von den Touristen noch dazu nimmt, dann geht es schon Richtung 15 Prozent, dann ist es schon ein Riesenbatzen. Dann sollte sich die Branche oder der Tourismus generell schon ein bisschen mehr Gedanken machen, wie er künftig mit dem Thema umgeht. Es ist ein schwieriges Feld, extrem vermint, weil es gefährlich ist, wenn sie den Gästen mehr oder weniger sagen: „Kümmere dich mal drum, dass du ordentlich in deine Urlaubsdestination kommst, also am besten mit dem Zug“ Da wird es dann eng, weil wenn man in das kleine Ramsauer Tal fahren möchte, dann ist das schon sehr kompliziert mit Zug und Bahn oder Bus und Bahn, so oder so. Deswegen dem Tourismus kommt schon eine relativ große Rolle zu oder Verantwortung ist da zu tragen, dass man künftig ein bisschen nachhaltiger unterwegs ist.

I: Worin sehen Sie Chancen/Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben?

HL: Ich mach mir gerade weniger sorgen, dass es bei uns in Bergsteigerdorf Ramsau, wo die Philosophie sich sehr sehr ähnelt zu dem, was wir schon viel länger machen, dass das extrem zukunftsfähiges Modell ist. Wir haben extremes Glück, dass wir eine Nationalparkgemeinde sind, dass wir eben in einem Luftkurort liegen, weil ich Gesundheit und Natur, all diese Dinge, die werden zukünftig noch immer wichtiger. Da denke ich ist für die Zukunft mittel oder langfristig absolut der Weggeber erfolgreich, dass man den Tourismus weiterführen können. Die Problematik, die sich meines Erachtens stellt, irgendwie, dass viele Unternehmer noch gar nicht erkannt haben, dass es gar nicht schwierig ist verschiedene Dinge umzusetzen. Ich mache jetzt mal ein Bsp. Die meisten meinen das ist mit viel Geld verbunden: Klar, wenn sie erstmal eine PV -Anlage aufs Dach nageln wollen, dann brauchen sie Geld dafür, das ist klar. Aber bei den jetzigen Strompreisen wären wir ungefähr bei 7 Jahren Amortisation für eine PV-Anlage- also keine Thema. Ich kann ihnen aus eigener Erfahrung sagen, dass es bei den BHKW wesentlich schneller geht. Also das erste, was wir vor 9 Jahren installiert haben, das läuft immer noch. Es spart uns pro Jahr ca. 70.000€ bei einem Invest im Wert von 90.000€. Also kann mir niemand sagen, kann ich mir nicht leisten, weil

jede Bank wird, sagen „Juhu mach das bitte“ Fördermittel gibt es auch noch dazu, also wo wäre das Problem? Es ist eine gewisse Schwerfälligkeit da, eine gewisse Bequemlichkeit, weil war ja noch nie so, haben wir immer anders gemacht und das muss ich meinen Kollegen teilweise immer ein wenig vorhalten, dass sie einfach zu wenig aktiv sind, und dann ist die nächste Ausrede natürlich parat, weil jetzt haben wir ja die Ukraine Krise, wer weiß ob überhaupt irgendwann Gäste kommen. Die erste Geschichte mit Corona, ja klar die hat uns natürlich voll getroffen, aber wir sind da mit zwei blauen Augen durchgekommen, haben unsere Mitarbeiter behalten und auch da haben auch sehr viele Kollegen einen großen Fehler gemacht und habe sie alle rausgeschmissen und jammern jetzt rum, weil sie keine Mitarbeiter mehr haben oder kriegen. Ich kann nur sagen selber Schuld, anders bewegen, anders arbeiten, ein bisschen vorausschauen, ein bisschen mitdenken und nicht glauben, dass der Gast von selber kommt, sondern aktiv werden. Und das sind glaube ich so die größten Hindernisse, nu wenn sie regionale Produkte wirklich ernsthaft und auch über längere Zeit verfolgen, wird es schwierig und dann kostet es auch mehr, ist klar. Aber das, was wir über die Energieeffizienz einsparen, investieren wir in unsere Landwirte, in unsere Bahn, es ist Kleinstrukturierter Wirtschaftsraum, wo wir kleinste landwirtschaftlich Anwesen direkt unterstützen, indem wir direkt bei ihnen die Kühe kaufen, die Ochsen, was es gibt, die Ziegen und Schafe, weiß der Geier was, ich sag mal direkt. Es ist natürlich aufwendig und wesentlich schwieriger, als wenn ich hier tagesaktuell am PC: Ich bestelle das billigste Fleisch, das ich kriegen kann, dass mir am anderen Tag im Plastikbeutel geliefert wird, und das brauche ich nur noch schneiden, auf den Grill legen und dann wars das. Da ist natürlich einfach, das, was wir machen. Wir kaufen das ganze Tier und wenn sie einen ganzen Ochsen kaufen, da sind 600-700kg Fleisch dran, also das müssen sie erst einmal verarbeiten. Sie brauchen das Knowhow und sie müssen auch bereit sein, dem Bauern mehr Geld zu geben, weil dann kriegen sie halt die beste Ware. Und das ist für viele abschreckend oder auch gar nicht mehr machbar, weil die Fachkräfte nicht da sind, oder sie haben sie nicht. Ich glaube, es läuft eher auf Convenience, dass wir uns daran gewöhnen müssen, wenn sie zum Essen gehen, wird in immer mehr Betrieben vorgekochte und fertige Geschichten kriegen, die sie dann auf dem Teller haben und das wollten wir nicht. Wir haben es anders gemacht, wir haben unsere Lieferanten, wir haben unsere Fans und das nicht nur auf der Lieferantenseite, sondern auch auf der Gästeseite, dass du einfach ein sehr gesundes miteinander hast und sehr zuverlässige Partner und Stammgäste.

I: Welche nachhaltigen Aspekte werden von Hotel- und Beherbergungsbetrieben am meisten vernachlässigt?

HL: Die Bequemlichkeit gehört auf die Seite geschoben, aber das machen die nicht, das ist natürlich Mitarbeiterintensiv, arbeitsintensiv, die haben da einen Riesenaufwand und deswegen ist das das größte Hindernis. Es ist natürlich auch so, dass man am Anfang, das ging uns genauso, eine gewisse Zeit braucht, bis der Gast auch versteht oder akzeptiert oder erkennt, dass da was anders läuft. Also was wir nicht tun, und das kann ich nur empfehlen, allen die uns vielleicht nacheifern oder verschiedene Dinge nachmachen wollen: „Nie mit dem Finger zeigen“ also nie dem Gast das Gefühl geben, sie müssten es „anders machen“ das geht nicht. Vormachen und wenn es interessiert, dem erzählen wir es. Wenn es interessiert, der kann es auf unserer Website sehen oder unserer Homepage nachlesen, was wir tun, aber wir stellen es nicht so in den Vordergrund, dass das Gefühl entsteht „Oh, da darf ich nur mit dem Elektrorad oder mit dem Zug anreisen, sonst fühle ich mich da nicht gut.“ Völliger Schmarren. Das Einzige, was wir noch nicht für den Gast tun, ist seine An- und Abreise zu kompensieren. Das hat uns übrigens ein Student vor einem halben Jahr vorgehalten. Der hat gesagt: „Ihr seid im Hotel Rehlegg geschult, dass Gäste zu euch hinfahren, also müsstet ihr auch dafür sorgen, dass die Anreise und die Rückreise auch kompensiert wird“ Da kann man jetzt drüber streiten.

I: Machen Sie die Gäste darauf aufmerksam, dass sie ihre An/Abreise kompensieren können?

HL: Wir schreiben das über die Bestätigung, dass sie über positerra ihre Anreise kompensieren können. Die zahlen da praktisch, es gibt da den CO₂ Rechner, für so und so viel km hin und zurück macht so und so viel, das macht ein paar Euro, das wird bei uns zentral gesammelt und dann über positerra, ein ganz ein wichtiger Punkt das zu erwähnen: positerra.org ist die Gesellschaft, die wir mitbegründet, haben. Also wir sind Gründermitglied von positerra, das ist eine gemeinwohlorientierte GmbH, die keinen Gewinn macht, ganz im Gegenteil wir haben jetzt 3-mal Kapital nachgeschossen, damit der Markt weiterläuft. Durch die verschiedenen Krisen, die wir jetzt hatten, denn Firmen sollten – ich erkläre ganz kurz was positerra macht: Man weiß, dass durch Hummus Aufbau im ökologischen Landbau extrem viel CO₂ in Böden gebunden werden kann. Also aktive aus der Atmosphäre entnommen und in den Böden gebunden werden kann. Machen viel zu wenige, wenn man sich vorstellt, weltweit ein Prozent mehr Hummus und wir hätten die CO₂ Krise gelöst, wir hätten kein Problem. Wundert mich, dass die Politik das nicht aufgreift, und ich habe mir schon den Mund fusselig geredet, die letzten 10 Jahre alle bayrischen Umweltminister und ich kenne die Landwirtschaftsministerin, mit denen bin ich per du und ich kenne den Herrn Söder, der war schon bei uns im Haus, der hat sich das alles angeschaut und und und ... Ich bring es nicht so weit, dass sie es verstehen. Hat mit einer gewissen,

fehlenden – das sage ich jetzt nicht- nein, es fehlt das Verständnis, sagen wir es mal ganz vorsichtig. Sie kapierten es einfach nicht. Keiner hat den Schuss gehört, wir regen uns alle auf, dass bei Starkniederschlag, so wie jetzt gerade wieder, die Böden das Wasser nicht mehr aufnehmen. Ist klar, ein gesunder Boden der durch Landwirte, die mit positerra zusammenarbeiten, die können alle einen zu Tode kunstgedüngten, gespritzten Boden und verdichteten Boden durch die Maschinen, können wir bis zum siebenfachen an mehr Wasserspeicherfähigkeit erzeugen. So, 7x mehr Wasser speichern wir, toll, dann läuft nämlich nicht überall die Brühe überall zusammen und alles säuft ab, sondern es geht in den Boden, da gehört es hin. Und der der Boden kann es speichern und hat dann auch in trockneren Zeiten in tieferen Schichten noch Wasser. Kapiert keiner. Wir engagieren uns da, dass man manchmal denkt: Was haben wir für Idioten vorne dran stehen? Das machen wenige mit. Mittlerweile haben wir tolle Firmen und viele tolle Unterstützer, heimische Bauern. Da kompensieren und das machen wir dann auch übrigens seit 3 Jahren. Wir haben uns von den Klimahotels verabschiedet, da haben wir bis 2019 kompensiert. In der Summe 23.000 Bäume, alles fein, schön, kann man auch über Internet nachschauen, wo das alles ist, man kann beobachten, wie weit der Wald schon gewachsen ist, also das ist Gold Standard, was Ehrliches, was Vernünftiges, aber wir haben gesagt. „Okay auch wenn es das fünffache kostet, wir wollen bei heimischen Bauern das CO₂ hier vor Ort direkt kompensieren durch Hummus Aufbau“ und das machen wir jetzt über positerra, über die Firma, die wir selber gegründet haben, weil da z.B. das CO₂ von unseren eigenen Lieferanten also unser Eierlieferant kompensiert 300t, seine Böden, also da wo er jetzt arbeitet, jetzt eben ökologisch arbeitet und nachhaltig mit verschiedenen Fruchtfolgen. Und da gibt's eben paar so Tricks, das ist gar nicht schwer, dass der Boden wieder besser wird und gesund wird und bei dem gedeihts und wächst wie der Wahnsinn und das ist dann schön wie man weiß, ein Produzent, der uns 90.000 Eier pro Jahr liefert, das bei dem in seinen Böden unser suffiles erzeugte CO₂ gespeichert wird im Boden. Schöner geht's doch gar nicht.

I: Es gibt viele Zertifizierungsmöglichkeiten in puncto Nachhaltigkeit. Jedes ist erwerblich und hat unterschiedliche Schwerpunkte und Anforderungen. Warum haben Sie sich für Ihre Zertifikationen entschieden?

HL: Wo wir den Fußabdruck machen, das erscheint uns als sehr realistisch, sehr verlässlich und vergleichbar. Bei Viabono, die DEHOGA dahintersteht und der deutsche Staat das unterstützt und da wird schon genauer drauf geschaut, dass die Zahlen auch passen, das ist uns wichtig und ich glaube, es gibt einfach viele Labels gibt, die sprießen ja gerade aus dem Boden.

Warum haben wir uns für diese entschieden? Ja, die haben uns am besten gefallen. Ich habe jetzt gestern auch lernen dürfen, die Österreicher haben da schon Erhebungen gemacht, dass der Kunde/Gast eigentlich darauf gar nicht mehr schaut, denn der kennt sich ja gar nicht mehr aus. Es gibt hunderte dieser Labels, interessiert keinen. Am besten durch Taten, durch Dinge, die man einfach zeigen kann, dem Gast zu zeigen okay du bist da richtig. Es sind ja nicht alle die das Interessieren, das muss man immer sehr vorsichtig sehen. Also wir wissen aus unseren Erfahrungen, dass ca. 70 Prozent sagen (oder sie behaupten es zumindest), dass es mitentscheidend war für ihre Urlaubsbuchung, dass wir so arbeiten, wie wir eben arbeiten. Davon können Sie jetzt wahrscheinlich nochmal 20 Prozent wegtun, sagen wir sind wir bei 50 Prozent, die das wirklich meinen, aber das ist schon relativ viel. Das ist viel. Viele kommen eigentlich erst drauf, wenn sie bei uns waren. Es gibt Gäste, nicht wenige, die sagen: „Wir sind es nicht gewohnt, dass ihr das direkt vor der Haustüre habt. Das ist ja besser als ein Angus Rind aus Argentinien“ und da sag ich nur „Ja und du hast einen kurzen Lieferweg, macht ihr das zu Hause auch?“ „Ja und wir wissen schon den Bauern, wo man das kaufen kann“. Ja schau hin, dann hast du schon wieder vieles bewegt. Das man einfach Gäste nach Hause schickt oder vom Urlaub nach Hause verabschiedet und du merkst, da ist irgendwas angekommen, da ist was passiert bei denen. Es hat Klick gemacht.

I: Ich hatte letztens eine interessante Diskussion, wo die Überlegung war, dass die Hotels, die in puncto Nachhaltigkeit aktiv sind, nicht zusätzlich belasten sollte für die Zertifizierungen zu zahlen, sondern evtl. die, die nichts tun oder deutlich zu wenig tun, sollten mehr vom Staat geprüft werden und die Prämien zahlen müssten, die idealerweise, direkt in Kompensationsprojekte fließen. Was denken Sie darüber?

HL: Finde ich mehr als fair, weil das ist genau das Thema. Wir bezahlen für den Fußabdruck, wir bezahlen zig-tausende für die Kompensation, das sparen sich die anderen alle und sie machen weiter, wie bisher und man müsste das System mal umdrehen. Die die es freiwillig machen, die gehören eigentlich belohnt, das passiert nicht, ganz im Gegenteil, die zahlen dafür ein Haufen Geld, das fällt mir jetzt gerade auf, also das finde ich eine tolle Idee. Da könnte der Staat oder die öffentliche Hand mal was aktiv tun, zu sagen, wir verlangen jetzt von jedem, dass er sich einen Fußabdruck besorgt und dann gibt es eben gewisse Staffeln. Wenn du ganz oben angekommen bist, zahlst du gar nichts und ansonsten zahlst du für deine Emissionen oder die Art und Weise wie du arbeitest etwas. Ja!

I: Und dann müsste man schauen, dass der Staat diese Zahlungen im Idealfall direkt für Kompensationen verwendet, oder?

HL: Ja das wäre der Idealfall, aber wie oft gibt's das, dass es genau dafür verwendet wird. Es fließt dann irgendwo rein wo wir es gar nicht für haben wollen, vielleicht in Beförderung von Kerosin, damit die Fluggesellschaften weiterhin unterstützt werden. Ist ja immer noch so.

I: Welche der anderen wären für Sie bedeutsam?

HL: Ja wir haben uns die anderen Empfehlungen von der DEHOGA eher weniger angeschaut. Also ich mach z.B. bei den Wettbewerben und so gar nicht mehr mit, weil ich mir manchmal denk, was haben denn die bezahlt, dass die den Preis gewinnen, weil ich weiß, dass wir ganz anders arbeiten und wir viel besser sind als die. Und jedes Mal sitze ich Stunden und Tage daran so Bewerbungen auszufüllen und genauso ist es mit den Zertifikaten. Es interessiert mich einfach nicht mehr, das ist mir zu blöd und zu aufwendig. Da ist mir sowas viel wichtiger, dass junge Menschen informiert werden. Deswegen gehe ich an Schulen oder zu Studenten und denen das zeigen, was kann man in der Praxis machen. Das war nämlich letztens bei der Veranstaltung wieder so, da kam ein Prof. aus der Schweizer und der Hr. Dr. Dr. sowieso und dann kriegst du wieder x-Zeiten an Theorie vorgeplappert, wo alle drinsitzen und sagen „Ja, was mach ich jetzt damit?“. Du brauchst Praxisbeispiele. Du musst einfach Best Practice, heißt ja immer Vorzeige, oder Unternehmen, die schon was machen, einfach dass die das Herzeigen und andere das Nachmachen. Das ist einfach 10x gescheiter wie das bla bla...

I: Was halten Sie von den SDGs als Rahmen?

HL: Ehrlich gesagt, ist mir das viel zu aufgeblasen, viel zu theoretisch und wir werden immer mehr feststellen, dass das eher weniger machen als mehr. Wenn sie das heute einem Hotelier hinlegen, dann sagt der spitz: „Lass mich mit dem Zeug in Ruhe“ der hat was anderes zu tun. Warum wir diese ausführliche Aufstellung für uns gemacht haben, das hat damit zu tun, dass der Nationalpark Berchtesgaden diese Bewerbungsgespräche sehr sehr intensiv und sehr sehr genau geführt hat und da hat sich der Nationalpark letzten Endes die Arbeit gemacht und hat in stundenlangen Gesprächen mit uns zusammen erarbeitet und ausgeführt. Das hätte sonst keiner gemacht, ich schwör ihnen 88 Prozent der Hoteliers werden das nicht tun. Viel zu kompliziert, viel zu aufwendig, viel zu weit weg von der Praxis. Klar da sind viele Dinge dabei, die selbstverständlich sind, die wir machen, aber die dann in einen Rahmen zu drücken, ist mir ein wenig zu grob und das ist überhaupt etwas, man ist von staatlicher Seite komplett ausgeliefert und weitestgehend überfordert mit allen möglichen Dingen, die man uns Unternehmer aufs Auge drückt. Sie brauchen einen Datenschutzbeauftragte, sie brauchen einen Sicherheitsbeauftragten, sie brauchen einen

Brandschutzbeauftragten, sie brauchen für jedes einen Beauftragten und ich kann es schon nicht mehr hören, das ist eine Bürokratie ohne Ende. Jedem hängt's beim Hals raus und dann kommen sie mit den SDGs daher. Natürlich, als Beispiel, wenn ich mich freiwillig dazu verpflichte, ich kaufe nur heimischen Fisch. Es gibt bei uns seit vielen Jahren keinen Salzwasserfisch mehr, weil wir uns nicht an deren Befischung der Weltmeere beteiligen, sondern wir sagen, was bei uns in den Teichen und Gewässern wächst, das kommt bei uns auf den Teller. Da kannst du natürlich von ableiten, ja das kann ich jetzt sehr schön einfliegen, ich kümmere mich, dass ganz wenig, so wenig wie möglich, CO₂ rauskommt, dann kann ich das einfliegen, dann wie kann ich das noch besser machen, alles gut, aber das macht keiner freiwillig, wenn ich da durch geführt werde ja, deswegen haben wir es damals auch gemacht, aber ja sonst eher nicht so.

I: Und es kommt bei den Gästen i.d.R. gut an, wenn lokale Fische/Fleisch/Produkte serviert werden

HL: Ja, immer mehr. Das war auch der Grund, warum wir das mehr ausgebaut haben, weiter vorangetrieben haben. 2015 hat aber keinen Menschen interessiert, dass wir klimaneutral sind oder CO₂ neutral sind, jahrelang nicht. Wir haben schon überlegt, ob wir das gar nicht mehr kommunizieren oder gar nicht mehr machen, weil wenn es keinen interessiert, warum soll man es machen. Greta Thunberg hat dann ihren Teil dazu beigetragen. Das eigentlich die Menschen aufmerksam geworden sind und gemerkt haben, da muss man was tun, aber CO₂ hört man nicht, sieht man nicht, riecht man nicht, spürt man nicht, erst dann, wenn das Hochwasser im Keller steht, dann schreit man: „was ist denn jetzt los“. Das sagt man ihnen seit 15-20 Jahren, das interessiert ja keinen.

I: Wie können diese in Hotel- und Beherbergungsbetrieben umgesetzt werden?

(wurde übersprungen, da L bereits zuvor hierauf eingegangen ist)

I: Faire Arbeitsbedingungen (SDG 8), Herausforderungen wie Arbeitszeiten, Überstunden... in Hotel- und Beherbergungsbetrieben sind bekannt. Warum werden keine (staatlichen) Optimierungen vorgenommen?

HL: Was soll ich ihnen sagen mit Überstunden, ich kann ihnen nur sagen, dass bei uns 50 Prozent der Mitarbeiter derzeit minus Stunden haben, weil sie nicht einmal 40 Stunden in der Woche arbeiten. Es ist ein totales Vorurteil, das das nicht passt. Weil es ist ein totaler Vorteil, wenn man unter der Woche frei hat und nicht dann, wenn alle in die Natur wollen, Ich habe dann frei, wenn die anderen nicht frei haben, ist auch schön. Ich habe einen coolen Job, weil was unsere Philosophie ist, wir machen

Menschen glücklich. Was unser Job ist. Menschen, die bei uns Urlaub machen, die versorgen wir mit bestem Essen, tollen Weinen, mit lächelnden Gesichtern, was Schöneres gibt's nicht und das ist einfach Bullshit, was über die Hotellerie und Gastronomie als Arbeitgeber erzählt wird. Bei vielen. Es gibt natürlich auch schwarze Schafe, aber das hilft uns jetzt gerade dabei Mitarbeiter immer mehr und mehr zu kriegen, weil die woanders weggehen, die landen dann bei uns. Also faire Arbeitsbedingungen habe ich ja vorhin Beispiele angebracht, was man bei uns machen kann. Seit 4 Jahren bezahlen wir eine Sprachlehrerin, es gibt jede Woche Sprachkurse, Anfänger, Fortgeschrittene und Gute. Nicht deutschsprechende Mitarbeiter hauptsächlich, weil wir möchten Sie nicht deutschsprechende Mitarbeiter sozialisieren, wenn sie unsere Sprache nicht kennen. Also das ist doch unsere Aufgabe das zu organisieren und vergessen sie es, wenn es der Staat macht, weil wie soll in einem kleinen Kaff wie Ramsau, einer um 20 Uhr irgendwo hinkommen und dann 2 Stunden Abendkurs in Deutsch belegen? Macht keiner. Bei uns machen wir das untertags, in der ruhigsten Zeit am Tag im Hotel. Das ist immer Untertags und dann wird das vor Ort gemacht. Das ist Arbeitszeit, das zahlen wir, wir zahlen auch die Sprachlehrer. Dann funktioniert das.

I: Dann ist die Motivation auch eine ganz andere.

HL: Ja denn sie sitzen drinnen, werden dafür bezahlt und werden am Ende des Tages damit belohnt, dass sie wieder was gelernt haben, und sie tun sich auch leichter. Sie lernen fürs Leben. Sie bleiben ja nicht ewig bei uns. Aber sie nehmen von uns viel mit oder können viel mitnehmen.

I: Welche Maßnahmen werden explizit für Hotel- und Beherbergungsbetrieben unternommen, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten?

HL: Also, wenn es nicht von uns kommt, dann passiert nichts. Ich kann ihnen da andersherum Beispiele nennen, was sie für Probleme haben, wenn sie so eine Photovoltaikanlage vergrößern wollen. Das ist eigentlich eine Verhinderungstaktik. Man hat das Gefühl der Staat hat sowieso kein Interesse daran was passiert. Das ist alles bla bla bla. Wir haben Klimagipfel ohne Ende und da klopf man sich gegenseitig auf die Schulter, weil man sich aus aller Welt mit dem Flieger irgendwo trifft und dann irgendwelche tollen Ziele vereinbart und kein Mensch sagt, wie sie umgesetzt werden. Völliger Bockmist, also jedes Mal, wenn ich diesen Klimagipfelschmarrn sehe, wir beschließen dann einfach, dass wir nicht 2050 klimaneutral machen, sondern 2045 und das nächste Mal sagen wir, machen wir 2030. Das sind noch gute 7 Jahre und was passiert in der Zeit, was machen wir dann. Ja nix. Was ist denn damit gewonnen, wenn unser bayrischer Ministerpräsident dann sagt: „Wir müssen uns von der 10H

Regel verabschieden, vielleicht in gewissen Bereichen bla bla bla“ Nix passiert. Da oben steht ein Ordner im Regal, nur für mein kleines Heizkraftwerk, ich habe nur auf meinem Dach eine kleine PV-Anlage, die $\frac{3}{4}$ Jahr einbringt. Da bin ich jetzt Unternehmer, ich musste ein Unternehmen anmelden, weil ich den Strom einspeise. Ich bin Stromverkäufer jetzt. Da denke ich mir, wie blöd sind wir denn. Mit einer Anlage die 6kw produziert, in der Spitze vielleicht 4 das interessiert das Netz 0 und wenn man sich von der Netzverträglichkeitsprüfung über den Antrag. Da habe ich einen Ordner und dann kriege ich noch nicht einmal die Fördermittel, die ausgelobt sind, da denke ich mir: „Freunde erzähls mir doch keinen Mist. Ihr wollt es nicht!“ Politik will es nicht richtig. Da müsste ich ganz anders. Ich bin da enttäuscht von den Grünen und der Regierung, wo ich mir gedacht habe, da passiert wesentlich mehr. Sie sehen jetzt erstmal, wie schwierig das ist und wenn man in der Opposition ist und rummachen muss, dann ist das eine Sache, aber wenn man es dann umsetzen muss, dann wird's schwierig und dann sind wir immer noch beim Gleichen, du bist ja dann als Unternehmer da der das macht und sonst nix. Du bist Unternehmer und die Regierung ist Unterlasser. Es sind Lobby-Spesen Wirtschaft, die da ist. Warum sollen wir da jetzt Weiber und sonst wem in die Quere kommen, wenn wir plötzlich Landwirtschaft unterstützen, die keine Düngemittel mehr braucht, keinen Kunstdünger, keine Spritzmittel mehr. Das ist schlecht, weil dann gehen Arbeitsplätze verloren und dann haben die Futtermittelhersteller Probleme und die und die also lassen wir es lieber so. Völlig Wurscht, es geht immer nur um die Kohle. Es interessiert keinen wirklich nachhaltig zu wirtschaften, weil es kostet mehr. Das ist so. Aber seit wir mehr dafür ausgeben, dass wir nachhaltig arbeiten, wird später zu 1€ für die Schäden, die wir aufräumen müssen, die wir verursachen, dafür dass wir nichts tun oder zu wenig tun. So sehe ich das.

I: Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs? Wenn ja, welche?

HL: Ja es gibt schon, wenn sie jetzt ihr Heizsystem umstellen oder ihre energetische Sanierungsmaßnahmen treffen, da gibt's Fördermittel. Es ist halt alles extrem schwierig zu kriegen, es ist extrem schwierig dranzukommen. Man muss anders als in Österreich, was ich jetzt vorgestern lernen durfte, man muss alles Angebot und so ein Zeug vorher haben und bevor du anfängst, muss das alles schon durchgewunken sein, sonst darfst du gar nicht beginnen. Völliger Schmarrn, weil ich sag, wenn ich heute ein BHKW einbaue, das nachweislich so effizient ist, dass es gar kein vorbei gibt, dass ich den Brenner rausreiße und das BHKW einbaue. Das müsste ich ja normalerweise wieder sagen: „Juhu du kriegst 20 Prozent, 30 Prozent Fördermittel Punkt.“ Aber heute musst du das vorher schon eingeben und vorher darfst du ja auch

nicht anfangen und bla bla bla. Du kannst mir aufhören. Die Österreicher machen das so, die können bis Ende nächsten Jahres die Anträge nachreichen, sowas geht auch. Bei uns ist das ein Fördermittelschunzel. Wir haben in der Wirtschaftsförderung im Landkreis Förderlotsen, sowas brauchen wir schon, weil sonst keiner durch diesen Wust an Anträgen und Zeug da durchkommt und teilweise haben wir es schon gemacht, dass man es teilweise sogar schon vergisst. Lieber habe ich es morgen dann schon stehen, bevor ich dann in 3 Monaten noch nicht angefangen hab, das ist halt so. Wir hätten schon 120PV Pik-Anlagen, da arbeiten wir jetzt 2 Jahre dran, dass wir die Baugenehmigung kriegen. Das ist einfach nicht gewollt. Wir stellen jetzt PV -Anlagen hinters Hotel in einen grünen Hang, den wir selber schützen, pflegen, hegen. Da wachsen 70 verschiedene Kräuter und Blumen und sonst was. Da kommt alle 3 Jahre die Uni Würzburg und zählt das. Wir dürfen das jetzt da wahrscheinlich die PV-Anlage nicht reinstellen, obwohl wir das umweltverträglich machen würden, d.h. der Naturschutz verhindert jetzt, dass wir was für unsere Umwelt tun. Und das ist einfach krank. Wir sind sowas von überreguliert und weil da vielleicht eine Eidechse wohnt, wo ich daneben eine Anlage baue, da können 300.000 Eidechsen dann wohnen. Gibt's immer wieder irgendwelche Einwände, also es wird so vieles verhindert, weil wir Bürokratie haben in Deutschland, die ist zum Davonlaufen.

I: Was ist ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bez. einer nachhaltigen Ausrichtung/Gestaltung?

HL. Da komm ich jetzt wieder auf das, was ich am Anfang gesagt habe. Es wird zukünftig nicht mehr die Frage sein, ob man nachhaltig wirtschaftet, sondern es wird eine Basisfähigkeit sein, wie es vor 50 Jahren das fließend Warmwasser war auf den Zimmern, oder vor 30 Jahren der Fernseher auf dem Zimmer, wird heute immer mehr Nachhaltigkeit ein Thema werden. Wer sich nicht nachhaltig ausrichtet, wird es damit büßen, dass er einfach Gäste verliert, weil der Gast einfach immer mehr drauf schaut. Der will ein gutes Gefühl haben. Wenn er zu ihnen ins Hotel kommt, dann will er einfach wissen: „okay, da ist ein Freibad, das selbst im Winter offen ist, warum geht das?“ Dann kann ich ihm einfach sagen: „Schau hin da haben wir Solar, da haben wir Photovoltaik, da haben wir. Wir haben ein Überschuss an Wärme, deswegen können wir uns diesen Luxus für dich leisten“ Wenn wir das nicht hätten, wäre es Wahnsinn. Wenn wir jetzt Ölheizung haben, müsste ich sagen, geht nicht, machen wir nicht, wollen wir nicht, aber er wird immer schauen und überlegen und fragen. Und durch vorzeigen und machen, kann man ihn dazu bringen, dass er versteht, was wir tun, und die Message annimmt. Die Kollegen sollen einfach nicht lange rumeiern, sondern zu machen und wirklich Themen anzugehen. Nicht alles auf einmal, das wird nicht funktionieren, wir haben auch 10 Jahre gebraucht, um da zu sein, wo wir jetzt sind, aber es geht. Und wenn man einmal damit angefangen hat, dann macht das auch tierisch

Freude. Gerade wenn man sich die besten Nummern raussucht, wo am meisten unterm Strich wieder rauskommt. Ich rede speziell nicht von den regionalen Produkten, da wird's schwierig, weil da wird's teuer, auch bei den Bio-Produkten wird's immer schwierig und teuer, aber wenn ich Energieeffizienz und solche Geschichten angehe, dann kanns unterm Strich nur Gewinner geben, und der Hotelier auch und der Gast freut sich.

Christian Zwanziger - Bündnis 90/Die Grünen, Abgeordneter im Bayrischen Landtag
I: Sie sind jetzt Mitglied des Landtags und Geograph. Was sind Ihre Aufgaben erstmal?

CZ: Im Landtag bin ich Sprecher für Tourismus und Landesplanung der Grünen Fraktion. Die zwei Themen habe ich unabhängig voneinander. Es gibt natürlich auch Tourismusthemen, wo das zusammenkommt, also Siegburger Horn..., Debatte, Skischaukel mit der nicht realisierten, da war Landesplanung Alpenplan und Tourismus, weil es ein touristisches Anliegen war, gemeinsam, weil es ein Anliegen war. Also eigentlich bin ich für Tourismus und Landesplanung zuständig, manchmal manchmal kommt es zusammen aber i.d.R. behandle ich die Themen unabhängig voneinander.

I: Dann erstmal, um den Begriff Nachhaltigkeit näher zu betrachten, was verstehen Sie darunter?

CZ: Also für mich ist da, ich weiß es gibt alle möglichen Lehrbuchdefinitionen und Nachhaltigkeit wird ja, also nachhaltig wird gerne vor allem Mögliche geschoben, einfach damit es gut klingt. Für mich, also wenn ich es zusammenfassen will, geht's halt um, dass man den Planeten weniger kaputt oder sogar noch intakter zurücklässt als vorher, durch die Art wie wir wirtschaften, wie wir leben, wie wir reisen auch und was es dann konkret heißt, muss man immer gucken. Es kommt drauf an um was es geht, aber eigentlich geht es drum das, dass der Planet weniger kaputt ist als vorher und vielleicht sogar in einem besseren Zustand. Weil sonst ist es ja nicht dauerhaft erhaltbar und dann ist es auch nicht nachhaltig.

I: Okay, also ist Nachhaltigkeit etwas Dauerhaftes?

CZ: Ja!

I: Welche Bedeutung kommt denn den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit zu?

CZ: Ich sehe das immer zwiespalten, weil ich finde, dass das wir, also dass es eher darum geht, in der Politik eher darum geht Rahmenbedingungen zu schaffen, dass Einzelpersonen, also Reisende z.B., oder auch Betriebe und Inhaber von Betrieben, Inhaberinnen von Betrieben, dass die sich nachhaltig verhalten können. Also

eigentlich sollte Politik Rahmenbedingungen setzen, deswegen, wenn die Frage ist, welche Bedeutung HBB haben, würde ich sagen: Natürlich können Sie bei sich in den Betrieben vieles tun, die können auf Wareneinkauf achten, die können anständige Zahlungen und ... für Beschäftigte bieten, die können schauen, dass das Gebäude, wenn es jetzt z.B. ein Hotel ist und kein Campingplatz, die können schauen, dass das Hotel/Gebäude energetisch sauber dasteht, dass es wo immer es geht, auch eine PV-Anlage oder Solarthermie oder Wärmepumpen oder was auch immer, also dass das das das die können schon auf vieles achten, manches davon ist auch einfach ein wirtschaftlicher Vorteil, wenn man weniger Energiekosten hat z.B. weil es effizient ist. Bei Beschäftigten höre ich immer wieder, dass sie eine Beschäftigten kriegen, da höre ich von Betrieben, die konsequent z.B. auf Sozialversicherungspflichtige Beschäftigung setzen, höre ich auch weniger Klagen, dass das, dass man eben keine Leute findet. Aber wo ich die Frage vielleicht ein bisschen ausweiten würde. Es gibt halt manche Sachen, wo man als Einzelbetrieb relativ wenig in der Hand hat. Und beim Tourismus ist es für mich halt, die An- und die Abreise ist halt der größte Batzen, wenn es um CO₂ Emissionen geht und die An- und Abreise organisiert ja i.d.R. nicht der Betrieb. Also wenn ich es jetzt ein bisschen verkürzt darstellen möchte, Sie können ja nachfragen, wenn es irgendwie tiefer ist: Ich wünsche mir, wenn der Betrieb, das haben sie selber in der Hand, wenn z.B. auf der Homepage oder wo man halt bucht, dass der Betrieb darauf hinweist, wie man Anreisen kann, dass man z.B. mit dem Zug oder mit dem Transfer zum nächsten Bahnhof oder wie auch immer, dass es sowas gibt. Da wünsche ich mir, dass das quasi, dass nicht die Autoanfahrt oben steht in der Anfahrtsbeschreibung, sondern dann auch Alternativen sichtbar sind, dass z.B. auch eine anständige Fahrrad-Abschließmöglichkeit, wenn man auch Fahrradtouristen haben will, da ist. Aber, der größte Batzen ist ja wirklich die Anfahrt und die Abreise selber und auch die Mobilität in der Region, wenn man dann da übernachtet und den Busverkehr in der Region wird nicht das einzelne Hotel organisieren und den Schienenfernverkehr organisiert auch nicht das Hotel, deswegen – und den Flugverkehr sowieso nicht – sondern da find ich ist Politik halt gefragt, dass wir andere Möglichkeiten zum Reisen haben für die Reisenden und dann, wenn dann noch die Betriebe darauf hinweisen, dass es diese anderen Möglichkeiten gibt und dann halt nicht der Kurzstreckenflug Düsseldorf-Nürnberg irgendwie geflogen wird oder Düsseldorf-Memmingen, dann ist es gut, aber da haben die Betriebe nicht alles selber in der Hand. Da kommt es schon auf Politik an, finde ich.

I: Worin sehen sie Chancen/Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben?

CZ: Also, das hatte ich jetzt schon ein bisschen angerissen: Manches davon ist einfach schlicht mittlerweile mit steigenden Energiepreisen, also zunehmend ein Betriebswirtschaftlicher Vorteil, wenn man halt weniger Energiekosten hat, wenn man, wenn man regionale Erzeuger hat, ist es halt auch was, was Kundinnen/Kunden zunehmend wertschätzen. Also einerseits wirklich hart wirtschaftliche Vorteile, weniger Kosten z.B., andererseits bei Personal auch den Vorteil, dass man Personal vielleicht auch halten kann, dass man Leute auch mit Überzeugung in dem Betrieb arbeiten, von der Betriebsphilosophie überzeugt sind. Auf der Seite von den potenziellen Kunden, da höre ich unterschiedliche Sachen: Ich höre von Manchen, gerade wenn es jetzt um private Reisen geht, die explizit Betriebe suchen, die Biozertifiziert sind, die in irgendeiner Form sich, sich als nachhaltig gelten, so. Das ist vielleicht nicht die Mehrheit gerade, aber wir haben ja diese Lücke zwischen, wenn man Umfragen hat, ob Leute nachhaltig reisen wollen, dass sagen sehr viele und der Schritt, dass jetzt auch zu tun, da ist einfach eine sehr große Lücke. Und ich glaub, es ist nicht nur damit zu erklären, dass die Leute Wasser, Wasser predigen und Wein trinken, sondern ich glaub das ist auch eine Sichtbarkeit für solche Angebote. Ich sehe schon, dass jetzt auch bei Buchungsplattformen zusätzlich so ein Nachhaltigkeitshaken gibt, den man setzen kann, als Filter, aber wenn man z.B. einfach mal versucht in Bayern Hotels zu finden, die bei denen Essen aus der Region biozertifiziert ist, da ist man oft schon sehr eigen-, also das Angebot ist of nicht so da, in der Masse, und deswegen, das ist das eine und die andere Seite, die ich kenn, ist, dass Betriebe sagen, sie wollen nachhaltig sein, für sich selber, also für, aus aus eigener Überzeugung sozusagen und Vorteile die man sieht bei Beschäftigten usw. und sie wollen quasi, der Gast, ein Betrieb sagt immer so, der Gast will erstmal gut schlafen können und erholt aufwachen und ein gutes Frühstück essen. Und dann fragt er vielleicht auch: „Mensch, warum ist denn das Frühstück so gut?“ oder „Was ist denn das für ein Bett gewesen?“ und dann kann man, der dreht quasi den Spieß um, der sagt, „die Leute kommen nicht zu mir“, das ist ein Standort, wo es eher auf Geschäftsreisen ankommt, „die kommen nicht zu mir, weil ich nachhaltig bin, aber wenn sie dann da sind, gefallen ihnen vielleicht viele Sachen und dann kommen sie privat mal wieder“

I: Also quasi, dass die Hotels schon eine Vorbildfunktion einnehmen können, indem sie das vielleicht auch vermitteln?

CZ: Beim Urlaub lernt man ja, also beim Urlaub oder auf Reisen, oder auf Geschäftsreisen auch, lernt man ja Sachen kennen, die man in den eigenen 4 Wänden nicht hat und das, das müssen ja nicht nur Sachen sein, die man, es können ja auch gerne Sachen sein, die man gern kopiert oder wo man dann auch mal, vielleicht wird dann auch gefragt nach einem Tipp, wie man zukünftig nachhaltigere Angebote auch

identifizieren kann, weil Siegel – kommen wir ja noch drauf- ist ja zunehmend unübersichtlich.

I: Welche nachhaltigen Aspekte werden von Hotel- und Beherbergungsbetrieben am meisten vernachlässigt?

CZ: Das kann ich pauschal nicht beantworten, weil das hängt halt sehr vom Betrieb ab. Ich verstehe die Gründe, die mir genannt werden, warum regionaler Einkauf oft schwierig ist, von Lebensmitteln, ich sehe aber auch die Betriebe, die es konsequent anders machen, also ich glaub, vieles hat auch eine Unsicherheit vielleicht, wo man halt auch nicht weiß, geht das gut? Ist ja auch eine betriebswirtschaftliche Entscheidung, wenn man z.B., dass man in der Küche vlt mal von Grund auf die Sachen wieder selber macht, statt geschälte Kartoffeln geliefert kriegt oder irgendwas, oder auch beim Fleisch z.B., dass man halt, also ich glaub viel ist halt auch, das ist in Betrieben vielleicht nicht anders als im Privathaushalt ein Stück weit. Also man hat sich halt, wir haben uns manche Sachen angewöhnt, so die Nachhaltigkeit schwerer machen, nicht unmöglich, aber schwerer und jetzt wieder sozusagen umzudrehen, dass man erst überlegt: „Okay wie kann es nachhaltig sein und wie stelle ich Prozesse in Betrieb: Wie mache ich meinen Einkauf, wie stelle ich mich auf, damit ich nachhaltig wirtschaften kann? Damit nicht Nachhaltigkeit eine zusätzliche Belastung und Hürde ist.“ Das ist halt, das ist halt was, da würde ich mir wünschen, dass bei Betrieben mit Beratung oder mit einer Absicherung mehr an der Seite steht, damit sich möglichst viele trauen, weil ich glaub, ich glaub, dass schon das Angebot auch wertgeschätzt wird.

I: Es gibt viele Zertifizierungsmöglichkeiten in puncto Nachhaltigkeit. Jedes ist erwerblich und hat unterschiedliche Schwerpunkte und Anforderungen. Welche kennen Sie?

CZ: Das ist immer so diffus. Also ich krieg die Namen nicht alle hin, also auf der Reiseveranstaltung, so auf der Ebene wo es auch Destinationen und Betriebe und Veranstalter und verschiedene Zertifizierungen, kenne ich halt TourCert z.B. Aber im Endeffekt, was mir wichtig ist bei dem Thema Siegel: Also ich finde erstmal gut, wenn – und das würde ich auch Leuten, die die private Reise buchen – ich finde erstmal schon mal gut, wenn man sieht, dass ein Betrieb sich die Mühe gemacht hat ein Siegel zu erlangen. Also ob das jetzt Richtung Arbeitsverhältnis geht oder Fahrradfreundlicher Betrieb oder was auch immer, das ist alles, ich sehe das schon, dass das erstmal ein Aufwand ist für ein für ein Betrieb, deswegen würde ich, wenn mich jemand so fragt: Welches Siegel ist das Beste, das kann ich nicht beantworten, aber ich würde sagen, wenn jemand sich die Mühe gemacht da ein Siegel zu bekommen, dann hat er in irgendeinem Bereich was gemacht. Was ich höre aus der Reisebranche und ich glaube aus Transparenzgründen kommen wir da nicht drumherum, ist dass man,

schon wie so eine Dachmarke etablieren sollte, also das ist jetzt zwar ein ganz anderes Feld, aber bei EU-Bio – das ist auch was was viele Leute, wenn nicht sogar die bodenlose Mehrheit erkennt, was sich dann, also eine vereinigende Dachmarke, die die Grundkriterien hat und dann gibt's Bio, es gibt ja auch verschiedene Biolabels nochmal, aber ob jetzt jeder für die Naturland und wie sie alle heißen Kriterien auswendig kann und da was mit verbindet, ist es vielleicht eher, da muss man sich dann mit auskennen, so. Aber zu sehen, okay Bio, da weiß man das ist ein gewisser Mindeststandard und ich hoffe, dass sich im Bereich Reisen was ähnliches auch etabliert, am besten auf europäischer Ebene, einfach so, weil man sonst die Informationsflut für ein, für ein, für Reisenden weiter so ist. Ich will, dass diese Lücke nachhaltig reisen und ich reise nachhaltig, nicht mehr so groß ist, also ich unterstelle: Ein Teil würde diese Lücke gerne schließen, aber weiß wahrscheinlich nicht wie oder oder betreibt dann nicht diesen Aufwand, dass das geht. Also ein einheitlicheres Siegel, DAS Siegel. Also ein Siegel unter dem die anderen sich vereinigen können. Ich glaube FairTrade ist ja unter dem Strich auch so, dass da auch unterschiedliche, unterschiedliche Nuancen drunter vereinigt sind, aber halt so ein gewisser Kernkatalog klar ist.

I: Das heißt: Welche sind für Sie am bedeutsamsten? Haben wir jetzt eigentlich auch schon mehr oder weniger gehabt, dass Sie sich da nicht so festlegen möchten, weil die Mühe zählt

CZ: Nein, ne also es kommt natürlich auch drauf an, also wenn es ums Essen geht, dann finde ich halt auch gut wenn der Betrieb biozertifizierte Küche hat, wenn aber ein Betrieb z.B. sagt, sie zertifizieren sich nicht als Bio-Küche, also weil es ist ja auch ein Unterschied ob man als Betrieb zertifiziert ist und sich dann Bio-Hotel nennt oder Bio-Gastronomie nennt oder ob man im Wareneinkauf ausschließlich Bio oder fast ausschließlich Bio kauft, weil, abgesehen von Sachen die man vielleicht nicht in Bio kriegt, dann darf man halt trotzdem nicht hinschreiben, ich bin ein Bio-Hotel, aber man hat vielleicht ein Bioeinkauf, so. Ich glaube, also was ja auch geht, es gibt ja auch Betriebe, die sagen, es gibt ja auch Landwirte, die sagen, die sich bewusst nicht zertifizieren lassen. Das klappt halt immer dann, wenn die Bindung in der Region halt sehr groß ist, dass dann der Hotelier oder der Gastronom schon auch sagen kann, dass das Fleisch ist, vom Betrieb XY, die haben Bio-Standards. Das stimmt dann auch, ich gehe dann davon aus, dass das stimmt, wenn man sowas sagt, aber sie sind nicht bio-zertifiziert. Es gibt ja unterschiedliche Gründe, warum sich Betriebe nicht zertifizieren lassen, und da würde ich jetzt auch nicht verdammen, dass jeder jetzt ein Siegel haben muss, aber so aus Reisenden Sicht, macht es halt sehr viel leichter und transparenter, wenn man, macht halt sichtbarer, so. Wenn man aber vor

Ort ist und das Abendessen bestellt, und es ein Betrieb ist, der seine Lieferanten kennt, dann können die einem ja sagen, wo das Zeug herkommt in der Regel. Aber das weiß ich halt nicht, wenn ich es buche. So, da würde ich ja nicht erstmal eine viertel Stunde Telefonat und frag nach was da so die nächsten Tage serviert wird und wo es herkommt.

I: Ich hatte letztens tatsächlich in puncto Zertifizierung noch eine ganz spannende Diskussion. Und den Gedanken einfach mal in den Raum geworfen, dass man evtl. sagt: „Okay jeder Betrieb macht einen CO₂-Fußabdruck, weil die die sich dann nachhaltig engagieren, brauchen dann vielleicht keine Zertifikate zahlen und alles. Und Kompensation da kommt man ja eigentlich gar nicht mehr drum herum, dass quasi die die nichts dafür tun, nachhaltiger zu agieren, einfachen einen höheren Beitrag abgeben müssen“

CZ: Also der Vorschlag, den du gemacht hast oder den du diskutiert hast, war dass man pflichtmäßig einen CO₂-Fußabdruck macht als Betrieb.

I: Genau, dass man pflichtmäßig einen CO₂-Fußabdruck macht, um dann quasi zu sehen, okay wie hoch ist der Ausstoß und der, der den meisten Ausstoß hat, der wahrscheinlich sich nachhaltig nicht engagiert, wo wir mehr oder weniger nicht drum rumkommen möchten, wenn wir die SDGs erfüllen möchten, dass der dann einen höheren Beitrag abzugeben hat, als der der schon nachhaltig aktiv ist und quasi somit wieder die Betriebe entlastet, die sich schon nachhaltig engagieren.

CZ: Also ich find, also die Logik ist, wenn ich es richtig verstehe, der dass man ein Kriterium CO₂ in dem Fall nimmt, was, wo ziemlich vieles zusammenkommt, also dass man halt einen Indikator nimmt statt viele. So ist die Idee, oder?

I: Ja

CZ: Also ich weiß nicht ob´s ob´s, also, als Grüner finde ich das natürlich gut, wenn der Betrieb einen kleinen CO₂ Fußabdruck hat, aber ich frag mich halt so ein bisschen, ob das ein Weg ist, ob´s nicht, ob´s nicht, ob wir nicht schneller vorankommen, wenn wir viele Wege zum Ziel offen lassen, also zum einen bei dem CO₂ Abdruck würde mir z.B. fehlen die soziale Komponente, also was die Arbeitskräfte angeht, das ist okay, das würde dieser Indikator nicht abbilden, den Anspruch hätte der Indikator auch nicht, aber das würde mir jetzt aus dem Bauch raus fehlen, die soziale Komponente, bei Beschäftigten. Und wenn man sowas hätte, dann, du hast auch gesagt Kompensation, ich find es schon auch okay, wo es Bereiche gibt und das was wir am Ende nicht einsparen oder anderweitig ändern können, das kompensieren wir. Das finde ich schon auch gut, aber ich würde jetzt z.B. gut finden, dass es nicht drum geht,

dass Betriebe, sich einen Stempel abholen können: „Wir sind neutral, weil wir kompensieren 90%“. Ich würde mir wünschen, dass – und das machen ja viele unterschiedliche Siegel auf vielen unterschiedlichen Wegen – Ich würde mir wünschen, dass man möglichst tief reinguckt und guckt, was können wir denn anders machen und was dann übrigbleibt, das wird dann kompensiert. Also ich glaube, dass wäre wahrscheinlich ein schneller Weg, dass man da Handlungsdruck hätte, also ein schneller Druck wäre da, aber ich bin mir nicht so sicher, ob ob also Kompensation ist, ja – wir können ja nicht, nicht alles, also das ist einfach eine Grundsatzfrage. Ich glaube wir können nicht alles auf der Welt, was wir an CO₂ Emission verursachen, wir können nicht alles durch Kompensationsmaßnahmen wieder wieder heilen, sondern wir müssen schon drüber reden, wo wir sinnvoll reduzieren können, und das könnte ich mir vorstellen, dass das bei dem Weg – auf dem Papier kommt man vielleicht schneller ans Ziel – CO₂-neutral. Aber wie viel davon durch Regenwaldaufforstungsprojekte, dann – die ich gut finde- aber wie viel davon dann durch Regen- also ausgelagert sind oder oder. Also ich glaube diese vielen Wege finde ich schon ganz gut, weil der eine ist vielleicht näher dran und sagt: „Okay ich mach was Richtung Energieversorgung bei meinem Betrieb und Wärmedämmung“ und dann soll der von mir aus auf der Schiene sich Unterstützung holen und sich zertifizieren. So, der nächste sagt: „Ich mach was beim Thema Anreise zuerst“ Der lässt sich dann vielleicht als Fahrradfreundliches Hotel zertifizieren und bietet ein ...Geld zum nächsten Bahnhof an und somit, ich finde natürlich gut wenn einer alles macht, aber ich würde jetzt niemandem Steine in den Weg legen und würde jetzt, man muss, das stellen wir immer wieder fest, das sind ja, viel auch Inhabergeführte Betriebe, Menschen sind unterschiedlich, das wird immer so sein und deswegen, fände ich gut: Ich stimme dir zu beim Ziel. Ziele wäre CO₂-neutral, aber ich glaube es ist schon auch okay, dass jeder ein andere, mit was anderem anfangen kann, solange wir uns a Ende einig sind, dass wir zu dem Ziel wollen. Das war jetzt eine unnötig lange Antwort, viel Spaß beim Transkribieren.

I: Was halten Sie von den SDGs als Rahmen?

CZ: Ich finde die super. Ich habe 4 Jahre in der Entwicklungspolitik gearbeitet. Es kommt halt drauf an was man politisch draus macht, dann. Also es ist ja eine globale, also auf dem globalen Maßstab eine Verständigung und ich würde mir wünschen, dass das Politik, europäisch, national, oder auch Landespolitik, sozusagen, sich mehr davon leiten lässt. Ich bin seit 2018 im Landtag, mein Eindruck ist, dass da mehrheitlich nicht so ein großer Handlungsdruck verspürt wird. Das ist jetzt die diplomatische Antwort. Aber ich finde es gut als Rahmen, als Commitment, als als, ja man will sich

ja auch aufeinander verlassen können, anders geht's ja nicht, wenn man gemeinsam was erreichen will und da sind die SDGs natürlich wichtig.

I: Wie können die in Hotel- und Beherbergungsbetrieben umgesetzt werden?

CZ: Naja ob das jetzt beim. Bim nachhaltigen Reisen wie gesagt, dass was stattfindet, ist ja meistens außerhalb vom Betrieb, nämlich in der Bewegung von Mobilität in der Region und die An- und die Abreise, da können die Übernachtungsbetriebe selber wahrscheinlich vor allem durch Informationsangebote die Reisenden darauf hinweisen, was sie überhaupt tun könnten. Also es gibt ja auch Regionen in Bayern, es gibt das Umweltticket im bayrischen Wald, wo man dann halt als Gast bei Übernachtung automatisch ein ÖPNV-Ticket bekommt. Ich krieg immer gesagt, dass der ÖPNV immer dann für den Einheimischen funktioniert, so das ist..... aber das ist natürlich ein Anreiz, dass wenn man weiß, man übernachtet da in der Region, dann kann ich das, wenn ich mit dem Auto anreise, dann kann ich das Auto auch dastehen lassen. Das ist sozusagen ein Versprechen. Da kann man natürlich als Betrieb sehr offensiv auch darauf hinweisen und im Betrieb sicherlich auch sowas, wie wir schon diskutiert hatten oder besprochen hatten, dass man im Betrieb schaut, so nachhaltig es geht zu wirtschaften, bei der Beschaffung, beim Personal und beim Gebäude, also beim Objekt selber. Das ist aber in der, also SDGs sind da doch eher eine Meta-Ebene, eher abstrakt unterwegs und das konkrete ist halt das, was man damit macht.

I: Faire Arbeitsbedingungen (SDG 8), Herausforderungen wie Arbeitszeiten, Überstunden... in Hotel- und Beherbergungsbetrieben sind bekannt. Warum werden keine (staatlichen) Optimierungen vorgenommen?

CZ: Ist für dich eine staatliche Optimierung des Mindestlohns oder oder was ist für dich Optimierung.

I: Das wurde ja jetzt gemacht (Lachen). Ne aber ist ja bekannt, dass in der Hotellerie eigentlich eher weniger diese max. 10 Stunden am Tag, dass das nicht so wirklich eingehalten werden kann. Optimierungen wäre für jetzt tatsächlich, z.B. klar es kann nicht immer eingehalten werden, ich arbeite selber in den Betrieben, aber dass man da Ausnahmeregelungen macht oder wie z.B. die Mindestruhezeit ist in der Gastronomie 10 Stunden, bei allen anderen 11 Stunden, also da ist ja auch schon wieder eine Differenzierung und irgendwie nicht fair, würde ich jetzt sagen.

CZ: Also wir haben schon öfter die Diskussion im Landtag, was wir tun können, um Fachkräftemangel, um Personalmangel auch in der Tourismusbranche zu entgegnen, also zu begegnen. Ich meine, ich frag mich halt immer, es gibt ja sehr sehr breite Bandbreite von den Themen. Es gibt solche, die schildern mir sehr

Schwierigkeiten Personal zu kriegen und es gibt solche, die stehen relativ entspannt da und sagen: „Ich habe meine Leute“ So und das mag teilweise am Geschäftsmodell liegen, als wenn einer so auf Feiern, Tagungen wo es vielleicht auch eher solche Spitzen hat, das mag vielleicht auch anders sein, als in einem überschaubar großen Hotel, die vielleicht auch sagen, wir schauen, dass wir eine gute Auslastung haben, aber machen jetzt irgendwie nicht irgendwie nebenher noch irgendwas anderes. Das mag an der Betriebsstruktur ein bisschen liegen, teilweise, aber halt schon auch, wird mir immer wieder gespiegelt von Azubis und von anderen, das ist schon auch, dass es nicht nur eine Frage vom Geld ist, also Bezahlung spielt schon auch eine Geschichte über die man reden müsste, wenn ich in fränkischen Gaststätten, also wenn ich das was der Hotel- und Gaststättenverband sagt, wie viel Wareneinsatz, also wie viel Wareneinsatz in dem Gericht drinnen sein sollte, wenn der Gastwirt, die Gastwirtin was davon haben soll. Also der Preis, den der Kunde zahlt in Relation zu dem, was da an Lebensmittel drinsteckt. Wenn ich mir den Faktor mal Blitzumfragen machen würde, in manchen Betrieben, bei den Gästen und fragen würde: „Schweinebraten für X€, was geht dir da durch den Kopf, wenn du jetzt weißt, wenn, entweder beutet die Person sich gerade selber aus oder der Betrieb beutet sich selber aus oder der Wareneinsatz auf dem Teller, war max. keine Ahnung 2,50/3€.“ Dann würden manche vielleicht auch sagen, gut der Schweinebraten, wenn er ein ehrlicher Preis, einen fairen Preis will, also Preispolitik ist glaube ich was, ist natürlich nicht schön für den Gast, aber vielleicht Was wo man auch nicht drum herum kommt und, ja also, ich hör immer, dass das neben der Bezahlung und den Arbeitszeiten durch alle Berufe auch bei Handwerk, auch bei Berufen, wo man vorher, wo vorher Studium angesagt war, dass der der Lohn für viele junge Leute immer nur eines ist und da finde ich, da bin ich mir manchmal nicht sicher, ob die Debatten über über Arbeitszeitflexibilisierung, über Ruhezeiten und so, ob das in der breiten Masse so der entscheidende Punkt ist, der der jetzt Hotel- und Gaststättengewerbe was bringt. Es gibt sicher die Leute, das kenne ich auch, also, es gibt sicher die Leute, ich höre ja den Verband, der dann sagt: „Ja wir müssen das Flexibilisieren, die Arbeitszeiten. Wir haben die Leute, die wollen 3 Tage durchackern und dann 4 Tage frei haben, weil, weil sie vielleicht auch von weiter wegkommen, um zu arbeiten“ oder oder, die gibt's bestimmt, da habe ich keine Zweifel, die Frage, ich frage mich halt, ob man wirklich glaubt, dass man, dass es so viele von denen gibt, oder oder ob da nicht auch etliche aufhören, die auf so ein Arbeitszeitmodell kein Bock haben. Das hören wir ja nämlich auch. Work-Life-Balance ist vielen wichtig mittlerweile, zum Leitwesen vieler Betriebe, nicht nur in der Gastronomie und ich komm halt immer wieder darauf zurück, dass man, man muss über Arbeitsschutz denken und reden, was man will, aber es hat ja auch Gründe, warum wir uns das Spiel wegen Ruhezeiten gegeben haben, und man will ja

auch, dass Leute wach ausgeschlafen und sicher am Arbeitsplatz unterwegs sind. Dass da nicht jemand in der Küche irgendwie im Halbschlaf Gemüse schnippeln muss oder oder oder irgendwas, z.B. oder jemand ein schweres Tablett, ein volles Tablett, das voll ist und seit 2 Tagen nicht geschlafen hat, also es ja ein Grund, das, das geht mir manchmal ein bisschen verloren und da ist auch wieder jeder Mensch unterschiedlich, das halt auch wieder schwierig, wenn man Gesetze macht, für alle Menschen dann sagt der eine: „Hey, nach 5h Schlaf bin ich wieder putzmunter“, der nächste sagt: „Na, die 8Stunden brauche ich“, so, von daher. Was mir bei der Debatte immer fehlt, ist also ich habe das Gefühl, es sind keine Leute da und die Antwort, die ich von, die ich oft höre, ist „liberalisiert doch alles, flexibilisiert doch alles“ also als Forderung an die Politik. Und da habe ich, auch wenn ich mit anderen Branchen rede, da habe ich echt Zweifel, ob das - in Anführungszeichen – die jungen Leute in der Mehrheit vom Hocker haut, das Szenario, dass das unbedingt zu mehr Beschäftigten in der, in den Betrieben führt. Also, deswegen, ich, ja, wir sind da auch in Diskussion. Ich glaube Diskussion ist das eine, aber auch, wo, wo ich mitgehen kann, was ich immer wieder als Forderung höre, ist z.B. Betriebswohnungen, also dass man das auch erleichtert. Das finde ich logisch, gerade auch bei Azubis und bei Leuten, als da da höre ich immer wieder, dass viele Betriebe da Hürden haben, dass sie sowas anbieten können, was den Arbeitsplatz selbst sehr viel attraktiver machen würde. Aber da haben wir Bsp. Tirol glaube ich genannt, die da mehr Möglichkeiten, die da mehr Möglichkeiten, also die da von gesetzlicher, von Politik Seite den Betrieben es wohl leichter machen würden.

I: Was unternimmt der Staat explizit für Hotel- und Beherbergungsbetrieben, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten?

CZ: Ja das ist wahrscheinlich eine Frage, die Hubert Aiwanger beantworten müsste.

I: Wer ist das?

CZ: De bayrische Wirtschaftsminister für Tourismus. Also wir hatten ja im Zuge von der Corona-Pandemie Hilfsprogramme, die absolut notwendig waren und wir hatten auch danach, gabs auch von Landespolitik, also ich will jetzt explizit zur Landespolitik und nicht zu Bundes.... Es gab auch danach wie so Restart haben sie es genannt, also diese staatliche Förderung, die dafür sorgen sollte, dass Betriebe auch wieder ein bisschen mit Freude, auch vielleicht einem nötigen finanziellen Zuschuss aufmachen. Gerade auch als Zielgruppe wurden da so kleine Betriebe halt ausgerufen und da hätte ich gut gefunden, wenn man, statt mit der Gießkanne zu sagen, Wir verteilen Geld, wenn man da schon auch gesagt hätte, z.B. im Dialog mit dem Branchenverband, dass man gesagt hätte: „Jetzt lasst uns mal drüber reden. In welchen Bereichen

könnte sich Betriebe nachhaltig aufstellen, dann hat man vielleicht irgendwie 2-3-4 Kategorien, keine Ahnung, energetische Sanierungen, regionaler Bio-Einkauf“, das ist jetzt theoretisch, so und das hätte man aus meiner Sicht, dass diese diese Corona-hilfe, die Programme, die nach Corona aufgelegt worden sind, dass die an Nachhaltigkeitskriterien gekoppelt sind. Nicht um die Betriebe zu ärgern, sondern wenn die sowieso Investitionen tätigen, oder wenn man, wenn man diese sowieso motivieren möchte Investitionen zu tätigen, dann hätte ich es konsequent gefunden, wenn man ihnen auch dieses Knowhow und auch die Informationen bereitstellt und sagt: „Hey, hier, guck mal.“ Also wenn ich Wirtschaftsminister gewesen wäre, hätte ich mir gewünscht, z.B. mit dem Branchenverband das zu diskutieren, damit man dann auch was hat, das Praxistauglich ist, sage ich mal. Das die, das man sagt: „Okay lasst uns mal drüber reden.“ Es muss ein paar Möglichkeiten geben 2-3-4 Möglichkeiten, was man als Nachhaltigkeitsinitiativen als Betrieb machen kann und das ist dann quasi die Eintrittshürde in diese Programme. Statt mit der Gießkanne zu sagen, saniert mal die Toiletten, so. Das ist eine verpasste Chance für mich.

I: Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs? Wenn ja, welche?

CZ: Das ist auch eine Frage ans Wirtschaftsministerium. Also wenn ich nachfragen würde bei der, wie lange hast du Zeit für die Bachelor-Arbeit?

I: Ich habe gerade erst angefangen, 3 Monate.

CZ: Okay, vielleicht, vielleicht kann ich dir ja Infos nachliefern, die dir vielleicht was bringen, die dann nicht Teil vom Interview mit mir sind, aber ...Also ich nehme das nicht wahr, dass die SDGs eine starke Rolle spielen bei den Förderprogrammen in Bayern auch nicht beim Tourismus. Wenn ich die Staatsregierung fragen würde, das habe ich jetzt schon länger nicht mehr gemacht, zu dem Thema, wenn ich die Staatsregierung fragen würde, inwieweit die SDGs bei den Förderprogrammen eine Rolle spielen, dann würden Sie wahrscheinlich sich die Elemente der Förderprogramme suchen, um zu sagen: „SDG-Bezug“ ob das dann sozusagen konzeptionell so gedacht war oder ob man rückwirkend schaut: „was passt in die SDGs rein“, das ist dann, das muss man dann auswerten, aber ich, ich nehme es nicht, also ich will niemandem zu nahe treten, ich nehme es nicht so wahr, dass die SDGs im Handeln der Staatsregierung eine große Rolle spielt, das mag bei den Destinationen in Bayern oder bei den Betrieben anders sein, aber bei der Staatsregierung nehme ich das nicht als eine zentrale Leit-/Richtschnur wahr.

I: Was ist ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bez. einer nachhaltigen Ausrichtung/Gestaltung?

CZ: Ich würde mir wünschen, dass sich möglichst viele auf den Weg machen, noch mehr als es schon tun. Und das als Chance sehen, als als, ja als eine Chance. Und natürlich bin ich auch immer offen dafür, dass man mir und anderen die Herausforderungen schildert, die es gibt, also vielleicht auch die bürokratischen Hürden, dass man vielleicht Gibt, die man nicht gerne tut und sich nicht gerne auf den Weg macht. Oder auch die wirtschaftlichen Risiken, die man von, von der Hausbank nicht abgedeckt kriegt, dass man da irgendwie drüber reden muss, wenn sich da was abzeichnet. Das ist nicht ein Einzelbetrieb betrifft, sondern wirklich ein strukturelles Problem ist. Dann da ist finde ich auch Politik gefragt, also ich bin dafür, dass sich Betriebe, alle Betriebe wohlgemerkt, ich will da jetzt nicht die Gastro und Hotelbranche irgendwie nach vorne schicken und alle anderen sollen sich Zeit lassen, ich find, ich find, ich wünsche mir, dass alle Betriebe sich auf den Weg zu mehr Nachhaltigkeit machen und die Gastronomie und Hotellerie gehört da natürlich dazu. Und so wie wir über, über, drüber reden, das ist dann eher der Bund, wie wir Stahlwerke nachhaltig machen und was es politisch braucht, damit es passiert und wir nicht auf dem Weg dahin das Stahlwerk verlieren, so finde ich muss man natürlich auch drüber reden, dass das Hotel und Gastronomie weiter in allen Regionen Bayerns eine wichtige Rolle spielt und dann bin ich, dann bin ich auch eher immer dankbar für Vorschläge aus der Praxis, weil ja, weil da wird es dann meistens spannend wenn man was konkretes sieht.

I: Eine Frage fällt mir tatsächlich gerade noch ein, weil gerade das Wort bürokratisch gefallen war. Ich hatte in meinem Experteninterview mit Herr Lichtmannegger, vom Hotel Rehlegg, das Thema, das die – Es gibt ja, um Gebäude effizient zu gestalten, mit Wärmedämmung etc. auch verschiedene Förderprogramme. Das muss, wie es in Deutschland nun mal üblich ist, alles vorher beantragt werden, genehmigt werden etc. bis das man starten darf. Er hatte jetzt tatsächlich aber auch gesagt, in Österreich sei es z.B. so, dass man bis zu einem Jahr rückwirkend nach der Investition die Förderungen beantragen kann, weil man dann dem Betrieb die Möglichkeit gibt: „Okay ich starte das ganze und mache es, weil ich es machen möchte und dann im Bestfall auch noch nachträglich die Förderung bekomme.“ Wäre das für Deutschland auch denkbar?

CZ: Ich weiß nicht, warum es in Österreich so ist, also die Logik ist ja, dass man, da müsste ich jetzt spekulieren, warum da die unterschiedlichen Logiken angewandt werden. Also was wir manchmal haben, ist, dass wir Förderprogramme haben, die, da steht dann im Staatshaushalt Betrag X, so. So viel Geld wird dann bereitgestellt für das Förderprogramm und manchmal als Opposition sieht man diesen Betrag und denkt sich, wie soll denn das bei der Aufgabenbeschreibung, wie soll das denn vorn und hinten reichen für Bayern, so. Geht ja nicht, von der Summe her einfach. Und

wenn ich natürlich sage, die Betriebe können hinterher beantragen, dann ist das, ist das ein größeres Fragezeichen für den Finanzminister, wie viel da jetzt tatsächlich kommt, weil ich stell mir das schwierig vor, weil man jetzt z.B. einen Betrieb, der investiert und davon ausgeht, dass er was kriegt, später, und dann sagt man später, sorry, das Geld hat jetzt nicht gereicht, das wäre ja dann auch sehr frustrierend. Von daher die grundsätzliche Logik zu sagen, holt euch erst das Go, wenn ihr auf die staatliche Förderung angewiesen seid. Es gibt ja auch Investitionen, die rechnen sich nach so kurzer Zeit so schnell, dass man bis dato gerne die Förderung nehmen würde, wenn's die gibt, aber da macht man es so oder so. Von daher, ob man jetzt bis zu einem Jahr danach, weiß ich nicht, was natürlich blöd ist, wenn es ewig dauert, bis das die Förderzusage kommt. Also zwischen, also das die Förderprogramme ein zu buntes Feld sind, wo man, das geht halt nicht bei Gemeinde, das geht bei Betrieben auch nicht, dass man, also das finde ich in keinen, keiner guten Relation, dass man dann als Betrieb oder als Gemeinde gut durch den Förderdschungel kommt, wenn man da eine Expertin/Experten hat, der sich da sehr reinfuchst. Das die Betriebe dann das Geld kriegen, das ist ja nicht die Idee von Förderprogrammen. Eigentlich, wenn man das gut machen, sollen die ja in der Fläche auch wirken und nicht indem man es, in dem 80% nicht wissen, dass es das gibt, oder 90%, von daher transparentere Förderprogramme, weniger Förderprogramme, die dann vielleicht auch entsprechend breit aufgestellt sind, also weniger, also mehr Übersicht und schnelle Entscheidungen über Förderzusagen ja/nein, das finde ich gut. Das mit dem Jahr rückwirkend, weiß ich nicht Das wäre spannend, was die österreichischen Kollegen sagen, was die für Erfahrungen, was die für Erfahrung damit haben. Vielleicht haben die auch, vielleicht ist das für die politisch auch jedes Mal ein Kraftakt, dass die da irgendwie, also z.B. wie jetzt Ukraine-Krise. Auf einmal sind sehr viele Maßnahmen/Investitionen in energetische Sanierungen, PV-Anlage, sind, also sind sehr viel bewusster und sehr viel interessanter, so. Wenn ich jetzt einen Staatshaushalt für 2022 aufgestellt hab und als Finanzminister jetzt sauber gewirtschaftet hab, oder ne sauber überlegt, wie viel kommt denn da? dann schreibe ich da einen realistischen Betrag rein. Jetzt explodieren die Energiepreise, es ist auf einmal sehr attraktiv, sehr viel attraktiver energetische Sanierungen zu machen. Und natürlich verstehe ich da jeden Betrieb, der jetzt sagt: „Aber da gibt es doch die Förderprogramme, ich will da jetzt auch“, aber da würde ich jeden Finanzminister verstehen, der sich verspekuliert, weil es mit wirtschaftlich.... Vorher drin ist. Also ich: schnellere Zusagen, transparentere Förderpolitik, mit dem Jahr rückwirkend, da würde mich wirklich interessieren, wenn es da Infos gibt, was die österreichischen Kollegen da für Erfahrung mit gemacht haben. Also ob da recht viele Betrieb hinter ein nein bekommen, die dann mit

einem ja gerechnet haben. Das ist ja genauso frustrierend, wie das lange Warten, würde ich jetzt mal sagen

Jana Schimke - CDU, Mitglied des deutschen Bundestags

I: Was sind Ihre Aufgaben?

JS: Zunächst geht es darum, Gesetze, Initiativen oder auch Anträge im Rahmen der mitberatenden Funktion des Tourismusausschusses im Deutschen Bundestag auf den Weg zu bringen. Der Tourismusausschuss behandelt alle Vorlagen anderer federführender Ausschüsse mit tourismuspolitischem Bezug. Das waren zuletzt der Bundeshaushalt des BMWK oder auch die Hilfen im Rahmen der steigenden Energie- und Lebensmittelpreise. Im Ausschuss befragen wir aber auch Experten und Branchenvertreter der Tourismuswirtschaft zu aktuellen Themen und Anliegen. Die Folgen der Corona-Zeit sind noch immer nicht überwunden. Hinzu kommen Inflation, Preissteigerungen, Fachkräftemangel.

I: Was verstehen Sie unter dem Begriff Nachhaltigkeit?

JS: Nachhaltigkeit bedeutet, so zu leben und zu arbeiten, dass sich Ökologie und Ökonomie im Gleichgewicht befinden und wir durch unsere Offenheit für Innovation und neue Technologien der Nachwelt etwas hinterlassen, von dem auch sie noch profitiert und gleichzeitig Ressourcen geschont werden. So banal das klingt, aber Nachhaltigkeit beginnt bei uns selbst und der Art, wie wir leben, uns ernähren und konsumieren.

I: Welche Bedeutung kommt den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit zu?

JS: Ich glaube, dass unsere Gastgeber sehr verantwortungsbewusst mit den Ressourcen ihres Betriebes umgehen. Verschwenderisch zu arbeiten, ist schon betriebswirtschaftlich unklug. Doch bei allem, was mit Investitionen für mehr Nachhaltigkeit einhergeht, müssen die Unternehmen dazu auch in die Lage versetzt werden. Mit Gesetzen, Vorschriften und Abgaben kommt man nur begrenzt weiter. Unsere Betriebe brauchen finanzielle Spielräume und auch Freiheiten bei der Frage, wie investiert werden soll. Vieles ist aber auch vom Verhalten der Gäste abhängig, dass nur bedingt von den Betrieben beeinflusst werden kann.

I: Worin sehen sie Chancen/Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben?

JS: Seit einigen Jahren erleben wir ein gesteigertes gesellschaftliches Bewusstsein und Interesse am nachhaltigen Reisen. Dies kann Chancen für viele Betriebe bieten, neue Gäste zu gewinnen und Angebote und Destinationen zu etablieren, die vor einigen Jahren nicht nachgefragt waren. Die Frage ist, ob die finanziellen und

personellen Mittel für nachhaltige Investitionen nach 2 Jahren Umsatzeinbrüchen in den Betrieben überhaupt noch vorhanden sind. Dies sehe ich als die größte Herausforderung an.

I: Welche nachhaltigen Aspekte werden von Hotel- und Beherbergungsbetrieben am meisten vernachlässigt?

JS: Durch die tägliche Arbeit am Gast, dass sich wandelnde Verhalten der Gäste und den Wettbewerb müssen die Betriebe stets flexibel und offen für Ideen und Innovation sein. Eine Vernachlässigung dessen ist mir nicht bekannt.

I: Es gibt viele Zertifizierungsmöglichkeiten in puncto Nachhaltigkeit. Jedes ist erwerblich und hat unterschiedliche Schwerpunkte und Anforderungen. Welche kennen Sie? Welche sind für Sie am bedeutsamsten?

JS: Es besteht derzeit eine Vielzahl von Zertifizierungen für nachhaltigen Tourismus. Jedoch sind diese weitestgehend unbekannt und für den Gast ist nicht klar, worin sich die einzelnen Zertifizierungen unterscheiden, welchen Fokus sie haben und welche glaubwürdig sind. Mir bekannt sind u.a. das European Ecolabel, der Green Key und die Blaue Schwalbe.

I: Was halten Sie von den SDGs als Rahmen?

JS: Die von der UN entwickelten 17 Ziele sind für eine wünschenswerte Welt von morgen richtig und wichtig. Sie bilden die Leitlinien für Staaten, Wirtschaft und Gesellschaft und sind ein guter Handlungsrahmen. Deutschland sehe ich hier durch die bereits bestehenden hohen Standards als Vorreiter und Vorbild.

I: Wie können diese in Hotel- und Beherbergungsbetrieben umgesetzt werden?

JS: Das werden sie bereits. Deutschland verfügt über einen hoch entwickelten Rechtsrahmen in allen Lebensbereichen. Auch besteht hierzulande ein hohes Verständnis für Maßnahmen dieser Art. Entscheidend ist letztlich aber immer, ob staatliches Handeln den Unternehmen die finanziellen und ideellen Spielräume dafür lässt.

I: Faire Arbeitsbedingungen (SDG 8), Herausforderungen wie Arbeitszeiten, Überstunden... in Hotel- und Beherbergungsbetrieben sind bekannt. Warum werden keine (Staatlichen) Optimierungen vorgenommen?

JS: Wir haben mit die höchsten Arbeitsschutz- und Arbeitsrechtsstandards europaweit. Jeder Arbeitnehmer hat in Deutschland das Recht, Verstöße gegen geltendes Recht anzuzeigen. Was Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseitig immer wieder an mich herangetragen wird, ist der Wunsch, die Arbeits- und Ruhezeiten zu flexibilisieren.

Staatliche Optimierungen sollten sich daher daran orientieren, den Menschen mehr Spielraum zu geben.

I: Was unternimmt der Staat explizit für Hotel- und Beherbergungsbetrieben, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten?

JS: Der Staat ist nicht der bessere Unternehmer und unser Gastgewerbe braucht auch keine staatliche Unternehmensberatung. Dafür gibt es Verbände, Kammern und letztlich auch den Wettbewerb in unserer sozialen Marktwirtschaft. Wenn wir wollen, dass Nachhaltigkeit nicht nur verordnet, sondern gelebt wird, dann braucht es überzeugende Anreize. Das umfasst neben einer zielgerichteten Förderpolitik, den Abbau von Bürokratie, eine maßvolle Abgaben- und Steuerpolitik sowie attraktive Standortbedingungen. Diese definieren sich oftmals schon in der Zusammenarbeit mit den örtlichen Behörden.

I: Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs? Wenn ja, welche?

JS: Deutschland verfügt über eine umfassende Förderlandschaft, die manchmal schwer zu durchschauen ist. Informationen darüber erhält man über die Webseiten der Bundes- und Landesministerien, durch die Vielzahl an Verbänden und Organisationen, die sich diesen Zielen verschrieben haben oder auch der Förderbanken der Länder.

I: Was ist Ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bez. einer nachhaltigen Ausrichtung/Gestaltung?

JS: Alle Touristiker, die ich bisher kennengelernt habe, brennen für ihren Beruf und ihre Branche. Sie stellen sich jeder Herausforderung. Auch die Bereitschaft zu mehr Nachhaltigkeit ist in der Branche gegeben. Doch die Politik muss ihnen die nötige Zeit und die Handlungsmöglichkeiten geben. Gute Politik muss für mich lebensnah und ausgewogen sein und dafür braucht es den Austausch, um gute Lösungen für mehr Nachhaltigkeit zu entwickeln. Der Tourismusausschuss kann dabei als Forum seinen Beitrag leisten und stehe als Vorsitzende als Ansprechpartner zur Verfügung.

Ben Förtsch - Creativhotel Luise

I: Was sind Ihre Aufgaben?

BF: Geschäftsführer des Hotels

I: Was verstehen Sie unter dem Begriff Nachhaltigkeit?

BF: Nachhaltigkeit bedeutet für mich „Anständig leben“. Außerdem betrachte ich Nachhaltigkeit wie ein Spiel, bei dem man immer wieder versucht das nächste Level zu erreichen und noch nachhaltiger zu werden.

I: Welche Bedeutung kommt den Hotel- und Beherbergungsbetrieben in puncto Nachhaltigkeit zu?

BF: Für uns stellt sich diese Frage nicht, denn Nachhaltigkeit ist für uns der Grundsatz für jegliches Handeln und alle Entscheidungen.

I: Worin sehen sie Chancen/Herausforderungen einer nachhaltigen Ausrichtung in Hotel- und Beherbergungsbetrieben?

BF: Auf unserer Website unter dem Punkt „Storys“ gibt es eine Vielzahl an Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsprojekten und welche Chancen und Herausforderungen damit verbunden sind. Ein gutes Beispiel sind hier unsere nachwachsenden Hotelzimmer. Diese sind nach dem Cradle-to-Cradle Konzept entwickelt und zeigen, dass Nachhaltigkeit keinesfalls mit viel höheren Preisen und Komfortverlust einhergehen muss. <https://www.hotel-luise.de/das-nachwachsende-hotelzimmer/> Das ist auch eindeutig eine der Herausforderungen: die meisten Menschen denken, Nachhaltigkeit ist teurer und hat meistens mit Verzicht zu tun. Wir möchten zeigen, dass Nachhaltigkeit ein Mehrwert ist. Zu den Chancen zählt eindeutig auch das Einsparen von Kosten. Wir haben zum Beispiel durch eine Sanierung 2018/2019 unsere Energieeffizienz deutlich verbessert und sparen nun einen großen Teil an Energie ein. Und auch unseren diversen Upcyclingprojekte helfen uns zum Beispiel Neuananschaffungen zu vermeiden und Müll zu reduzieren. Hier gibt es auf jeden Fall eine Vielzahl an Chancen (siehe Website)

I: Welche nachhaltigen Aspekte werden von Hotel- und Beherbergungsbetrieben am meisten vernachlässigt?

BF: Können wir so nicht genau sagen, weil wir nicht genau wissen, wie andere Betriebe mit diesem Thema umgehen. Wir haben nur die Beobachtung gemacht, dass allen voran soziale Aspekte speziell in der Gastronomie oft vernachlässigt werden. Gleiches gilt im Convenience Food Bereich.

I: Es gibt viele Zertifizierungsmöglichkeiten in puncto Nachhaltigkeit. Jedes ist erwerblich und hat unterschiedliche Schwerpunkte und Anforderungen. Welche kennen Sie?

BF: Wir kennen ungefähr 40 verschiedene Zertifizierungen.

I: Welche sind für Sie am bedeutsamsten?

BF: Viabono, Klima Hotels, EU Eco-Label, EMAS

I: In einer Diskussion kam die Idee auf, dass alle Betriebe verpflichtet werden, einen CO₂-Fußabdruck zu machen, sodass die mit dem meisten CO₂-Ausstoß einen höheren Beitrag abgeben müssen als die, die bereits nachhaltig engagiert sind, bzw. klimaneutral/-positiv. (Im Idealfall wird der summierte Betrag für Kompensation genutzt) Dies soll bezwecken, dass Betrieben die Zertifizierungskosten erspart bleiben und somit ein wenig entlastet werden. Was halten Sie von der Idee?

BF: Wir finden, das hätte schon vor 10 Jahren zum Gesetz werden müssen!

I: Was halten Sie von den SDGs als Rahmen? Wie können diese in Hotel- und Beherbergungsbetrieben umgesetzt werden?

BF: Wir finden die SDGs eine tolle Sache, so dass wir stets versuchen, wenn möglich, diese umzusetzen. Mittlerweile haben wir bereits über 200 Nachhaltigkeitsmaßnahmen umgesetzt, die immer ein bis mehrere SDGs abbilden.

I: Faire Arbeitsbedingungen (SDG 8), Herausforderungen wie Arbeitszeiten, Überstunden... in Hotel- und Beherbergungsbetrieben sind bekannt. Warum werden keine (staatlichen) Optimierungen vorgenommen?

BF: Es gibt viele Eingriffe aus staatlicher Sicht, die die Hotellerie einschränken diesbezüglich. Wir haben jedoch keinerlei Probleme damit, da es so gut wie keine Überstunden bei uns gibt. Es liegt nicht am Staat dies zu verbessern, sondern an den einzelnen Betrieben, was durchaus möglich ist. In zweiter Ebene kann auch ein nicht unbeträchtlicher Anteil an Verantwortung beim Konsumenten gesehen werden. Billige Preise gewährleisten natürlich keine fair bezahlten Mitarbeiter.

I: Was unternimmt der Staat explizit für Hotel- und Beherbergungsbetrieben, um eine nachhaltige Ausrichtung attraktiver zu gestalten?

BF: Es gibt ausführliche Infos auf der Seite des Umweltbundesamtes als auch bei der DEHOGA usw.

I: Gibt es (staatliche) Förderprogramme zur Unterstützung der SDGs? Wenn ja, welche?

BF: Ja gibt eine Vielzahl an Programmen, sowohl regional als auch auf Bundesebene. Diese sind auf den Seiten der verschiedenen Ministerien, der DENA etc zu finden.

I: Was ist ihre Botschaft an Hotel- und Beherbergungsbetriebe bez. einer nachhaltigen Ausrichtung/Gestaltung?

BF: Nachhaltigkeit in der Hotellerie ist kein so großes Problem, wie viele denken. Man muss einfach den ersten Schritt machen! Meist entwickelt man sich dann nach und nach in eine nachhaltigere Richtung.

GSTC-Kriterien und zugehörige Indikatoren

GSTC INDUSTRIE KRIERIEN	INDIKATOREN FÜR HOTELS
SEKTION A: Demonstriert effektives Nachhaltigkeitsmanagement	
<p>A1 Nachhaltigkeits-Management-System</p> <p>Das Unternehmen hat ein langfristig angelegtes Nachhaltigkeits-Management-System implementiert, welches zu seiner Größe und Sparte passt. Es sollte ökologische, soziale, kulturelle, ökonomische, gesundheitliche, Qualitäts-, Menschenrechts- und Sicherheitsaspekte mit einbeziehen und kontinuierliche Verbesserung anstreben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Das Nachhaltigkeits-Management-System ist klar dokumentiert. b. Das NM-System deckt ökologische, soziale, kulturelle, ökonomische, gesundheitliche, Qualitäts-, Menschenrechts- und Sicherheitsaspekte ab. c. Das NM-System schließt die Überlegung von Risiko- und Krisenmanagement mit ein. d. Die Umsetzung des NM-Systems ist vollkommen dokumentiert. e. Das NM-System schließt einen Prozess mit ein, der durchgehende Verbesserung der Umsetzung von Nachhaltigkeit anstrebt.
<p>A2 Rechtliche Einhaltung</p> <p>Die Organisation hält alle anwendbaren lokalen, nationalen und internationalen Rechte und Regeln, wie unter anderem Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, ein.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Eine aktuelle Liste aller anwendbaren rechtlichen Anforderungen wird gepflegt. b. Zertifikate und andere dokumentarische Nachweise zeigen die Einhaltung aller anwendbaren rechtlichen Anforderungen. c. Die rechtlichen Anforderungen aller Länder werden verstanden und berücksichtigt.
<p>A3 Reporting und Kommunikation</p> <p>Die Organisation kommuniziert ihre Nachhaltigkeitsregeln, -maßnahmen</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Es werden regelmäßige Berichte bezüglich der Nachhaltigkeitsleistung erstellt. b. Nachhaltigkeitsgrundsätze und –maßnahmen werden intern und extern kommuniziert.

<p>und -leistung gegenüber Leistungsträgern und Akteuren, Kunden, und sucht nach ihrer Unterstützung.</p>	<p>c. Die Kommunikation enthält Nachrichten, welche Kunden und Leistungsträger dazu einlädt, sie zu unterstützen.</p>
<p>A4 Mitarbeiterinbezug MitarbeiterInnen sind an der Entwicklung und Implementierung des Nachhaltigkeit-Management-Systems beteiligt. Sie bekommen regelmäßige Beratung und Training bezüglich ihrer Rolle und Verantwortung in der Ausführung des Systems.</p>	<p>a. Es ist ersichtlich, dass MitarbeiterInnen in das NM-System einbezogen wurden. b. Aufzeichnungen von Kursen und vor-Ort-Training mit teilweiser Anwesenheit sind verfügbar. c. Mitarbeitertraining und Anleitungsmaterialien sind in verschiedensten Formaten verfügbar (inklusive von Übersetzungen in Minderheitensprachen). d. Mitarbeiter haben Zertifikate und Qualifikationen in relevanten Disziplinen/Fähigkeiten.</p>
<p>A5 Kundenerlebnis Kundenzufriedenheit, inklusive Nachhaltigkeitsaspekten, wird überwacht und Korrekturen werden wo nötig umgesetzt.</p>	<p>a. Es gibt ein Kunden-Feedback-System, dessen Ergebnisse regelmäßig analysiert werden. b. Negatives Feedback und negative Antworten zu diesem werden festgehalten. c. Es gibt Aufzeichnungen von Korrekturmaßnahmen. d. Kundenfeedback wird Tourismus Organisationen und Destinationen, mit welchen man zusammenarbeitet, oder welche man besucht, bereitgestellt.</p>
<p>A6 Präzise Vermarktung Werbematerial und Marketing Kommunikation sind präzise und transparent bezüglich der Organisation und ihrer Produkte und Dienstleistungen, inklusive der Nachhaltigkeitsansprüche. Sie versprechen nichts, was nicht umgesetzt wird.</p>	<p>a. Die Bilder, welche im Werbematerial genutzt werden, entsprechen den in Wirklichkeit angebotenen Aktivitäten, Erlebnissen und Orten, die besucht werden. b. Das Werben von Begegnungen mit Wildtieren und kulturellen Veranstaltungen versprechen keine Erlebnisse, die nicht garantiert werden können. c. Nachhaltigkeitsansprüche basieren auf Berichten von vergangener Leistung.</p>
<p>A7 Gebäude und Infrastruktur Planung, Standortwahl, Design, Konstruktion, Renovierung, Betrieb und Demolierung von Gebäuden und Infrastruktur.</p>	<p>Indikatoren für das A7 Kriterium beziehen sich auf Gebäude und Infrastrukturen, welche vom Unternehmen besessen und betrieben werden, oder über welche es direkten Einfluss bzw. Kontrolle hat.</p>
<p>A7.1 Ordnungsmäßigkeit Erfüllt alle Begrenzungsvoraussetzungen und Gesetze bezüglich geschützter und sensibler Gegenden und Kulturerbe Überlegungen</p>	<p>a. Bewusstsein über, und Erfüllung von, allen Gesetzen in Bezug auf Landnutzung und Aktivitäten in lokalen Gegenden wird gezeigt. b. Alle nötigen Lizenzen und Genehmigungen sind aktuell. c. Bewusstsein über, und Erfüllung von, allen nicht gesetzlich vorgeschriebenen Bereichsmanagementplänen und -anleitungen (z.B. für bestimmte Bereiche, Gestaltung etc.) wird demonstriert.</p>

<p>A7.2 Auswirkung und Integrität</p> <p>...Kapazität und Integrität der natürlichen und kulturellen Umgebung in Betracht ziehen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Standortwahl, Design und Zugang haben die visuelle Attraktivität, Landschaft und natürliches Erbe in Betracht gezogen. b. Standortwahl, Design und Zugang haben den Schutz von biologisch sensiblen Arealen und die Selbstreinigungskraft des Ökosystems in Betracht gezogen. c. Die Integrität von archäologischem und kulturellem Erbe, sowie heiligen Orten ist gewährleistet. d. Die Integrität und Erschließungsqualität von ursprünglichen Standorten und geschützten Gegenden sind gut erhalten. e. Gefährdete oder geschützte Arten wurden nicht verdrängt und die Auswirkung auf jeglichen Lebensraum von Wildtieren wird minimiert und abgeschwächt. f. Wasserläufe/ Wasserfassungen/ Feuchtgebiete wurden nicht geändert und Abfluss ist reduziert wo möglich, und Abwasser wird aufgefangen oder abgeleitet und gefiltert. g. Risikofaktoren (inklusive Klimawandel, Naturkatastrophen und Besuchersicherheit) werden gemessen und berücksichtigt. h. Auswirkungsbemessung (inklusive kumulativer Auswirkungen) wurde durchgeführt und angemessen dokumentiert.
<p>A7.3 Nachhaltige Praktiken und Materialien</p> <p>...übernehme lokal übliche und nachhaltige Praktiken und Materialien.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokale Materialien, Praktiken und Handwerkskunst werden in Gebäuden und Designs angewendet, wo es praktisch und passend ist. b. Für den Landschaftsbau wurden inländische und einheimische Pflanzen aus nachhaltigen Quellen erworben und exotische invasive Pflanzenarten vermieden. c. Die Pflanzen wurden so gewählt, dass sie den bestehenden oder erwarteten Wetterbedingungen angepasst sind, z.B. dürrebeständige Pflanzen. d. Bei Gebäuden wurden nachhaltige Designs, Materialien und Bauarten genutzt wo passend, möglichst mit zugehöriger Zertifizierung. e. Abfall vom Bau wird sortiert und in einer ökologischen Art und Weise entsorgt.
<p>A7.4 Zugang für alle</p> <p>...Zugang und Informationen für Personen mit besonderen Bedürfnissen werden gewährt, wo angemessen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Alle Anlagen, Gebäude und Aktivitäten sind für Menschen mit körperlichen Behinderungen und solche, die besondere Bedürfnisse haben, zugänglich, entsprechend der Natur des Unternehmens. b. Klare und akkurate Informationen sind für alle zu jeder Zeit zugänglich. c. Die Barrierefreiheit wurde zertifiziert oder von relevanten Experten/Nutzergruppen bestätigt.
<p>A8 Land-, Wasser- und Grundstücksrechte</p> <p>Der Kauf von allen Land- und Wasserrechten, sowie Grundstücken durch die Organisation ist legal und entspricht lokalen, kommunalen und einheimischen Rechten. Das</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Das Eigentum und Besitzrechte sind für alle Gelände, welche von der Organisation besessen oder genutzt werden oder auf welche sie direkten Einfluss ausüben sind vollkommen geklärt und dokumentiert. b. Zugangs- und Nutzungsrechte sind für alle Ressourcen, inklusive Land und Wasser, dokumentiert wo angemessen. c. Kommunikation, Rücksprache und Engagement mit lokalen und einheimischen Gemeinschaften sind dokumentiert. d. Nachweis von freiem, vorzeitigem und vor-informiertem Einverständnis durch die lokale Gemeinschaft ist dokumentiert, wo relevant (keine
<p>Einverständnis dazu von Seiten der einheimischen Bevölkerung wurde frei, vorzeitig und vor-informiert gegeben und unfreiwillige Umsiedlung ist ausgeschlossen.</p>	<p>unfreiwillige Umsiedlung und Landverkäufe sind ersichtlich).</p>
<p>A9 Information und Interpretation</p> <p>Die Organisation bietet Information über und Interpretation von natürlichen Umgebungen, lokaler Kultur und kulturellem Erbe. Erklärung zu angemessenem Verhalten beim Besuch von Naturgebieten, lebenden Kulturen und kulturellem Erbe wird gegeben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Gästen wird Informations- und Interpretationsmaterial zu dem natürlichen und kulturellem Erbe der besuchten Gegenden zur Verfügung gestellt. b. Die Mitarbeiter sind über das natürliche und kulturelle Erbe der Gegend informiert und trainiert. c. Den Gästen werden Informationen zum angemessenen Verhalten in der besuchten Gegend zur Verfügung gestellt.
<p>A10 Dialog mit der Destination</p> <p>Die Organisation ist in die nachhaltige Tourismusplanung sowie deren Management in der Destination involviert, falls diese Möglichkeit gegeben ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Die Organisation steht im steten Kontakt mit der lokalen Destinationsmanagementorganisation oder einer gleichwertigen Institution an den Orten, wo sie am meisten aktiv ist. b. Die Organisation engagiert sich in der Planung und im Management von nachhaltigen Tourismusinitiativen in den Gegenden, in welchen sie am meisten aktiv sind.

SEKTION B: Maximiert sozialen und wirtschaftlichen Nutzen für die lokale Gemeinschaft und minimiert negative Auswirkungen

<p>B1 Unterstützung der lokalen Gemeinschaft</p> <p>Die Organisation unterstützt aktiv Initiativen für die lokale Infrastruktur und soziale Gemeinschaftsentwicklung. Beispiele solcher Initiativen könnten sich mit Bildung, Ausbildung, Gesundheit und Hygiene auseinandersetzen oder die Auswirkungen vom Klimawandel adressieren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Die Organisation unterstützt Initiativen mit lokalen Gemeinschaften in Gegenden, wo sie besonders aktiv sind. b. Das Niveau und die Art des Beitrags zu Vorhaben in lokalen Gemeinschaften wird dokumentiert. c. In der Auswahl von Dienstleitern und Produkten/Erlebnissen, welche in ihre Programme involviert sind, wird darauf geachtet, dass diejenigen vorgezogen werden, die sich mit lokalen Gemeinschaften auseinandersetzen und sie unterstützen.
<p>B2 Lokale Beschäftigung</p> <p>Lokale Einwohner haben gleichgestellte Möglichkeiten, von dem Unternehmen eingestellt zu werden, sowie die Option der Berufsentwicklung bis hin zu Managementpositionen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Die Organisation versucht auch lokalen Einwohnern berufliche Einstiegsmöglichkeiten in ihrem Betrieb und der Durchführung Ihrer Aktivitäten zu bieten. b. Das Unternehmen beobachtet die Anzahl und den Prozentsatz der Stellen, die es lokalen Einwohnern bietet. c. Es wird Training angeboten, welches die Einstellungsmöglichkeiten der lokalen Bevölkerung erhöht. d. In der Auswahl von Dienstleistern, deren Produkte und Erlebnisse im Programm des Unternehmens angeboten werden, achtet die Organisation darauf, dass diese auch Arbeitsplätze für lokale Einwohner bietet.
<p>B3 Lokaler Einkauf</p> <p>Im Einkauf und Vertrieb von Gütern und Dienstleistungen zieht das Unternehmen lokale und fairtrade Anbieter vor, wenn solche vorhanden sind und eine entsprechende Qualität aufweisen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Das Unternehmen überprüft die Anbieter und Zulieferer der von ihm angebotenen Gütern und Dienstleistungen regelmäßig. b. In der Wahl von Dienstleistern und Anbietern von Produkten/Erlebnissen, welche das Unternehmen in ihrem Programm anbietet, zieht es solche vor, welche von lokalen Einwohnern besessen und betrieben werden.
<p>B4 Lokale Unternehmer</p> <p>Das Unternehmen unterstützt lokale Unternehmer in der Entwicklung und dem Verkauf von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen, welche auf der Natur, Geschichte und Kultur der Gegend basiert sind.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Wo angebracht, bietet das Unternehmen lokalen Dienstleistern, mit welchen es zusammen arbeitet, Beratung und Unterstützung bezüglich der Qualität und Nachhaltigkeit ihrer Produkte an. b. Möglichkeiten für Joint Ventures und Partnerschaften mit lokalen Unternehmern werden in Betracht gezogen und, wo angebracht, übernommen.
<p>B5 Ausbeutung und Diskriminierung/Belästigung</p> <p>Das Unternehmen hat Regelungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Das Unternehmen hat dokumentierte Regelungen gegen Ausbeutung und Diskriminierung/Belästigung von „verletzlichen Gruppen“. b. Diese Regelungen werden aktiv kommuniziert und implementiert. c. Das Unternehmen engagiert sich in der lokalen Bevölkerung in

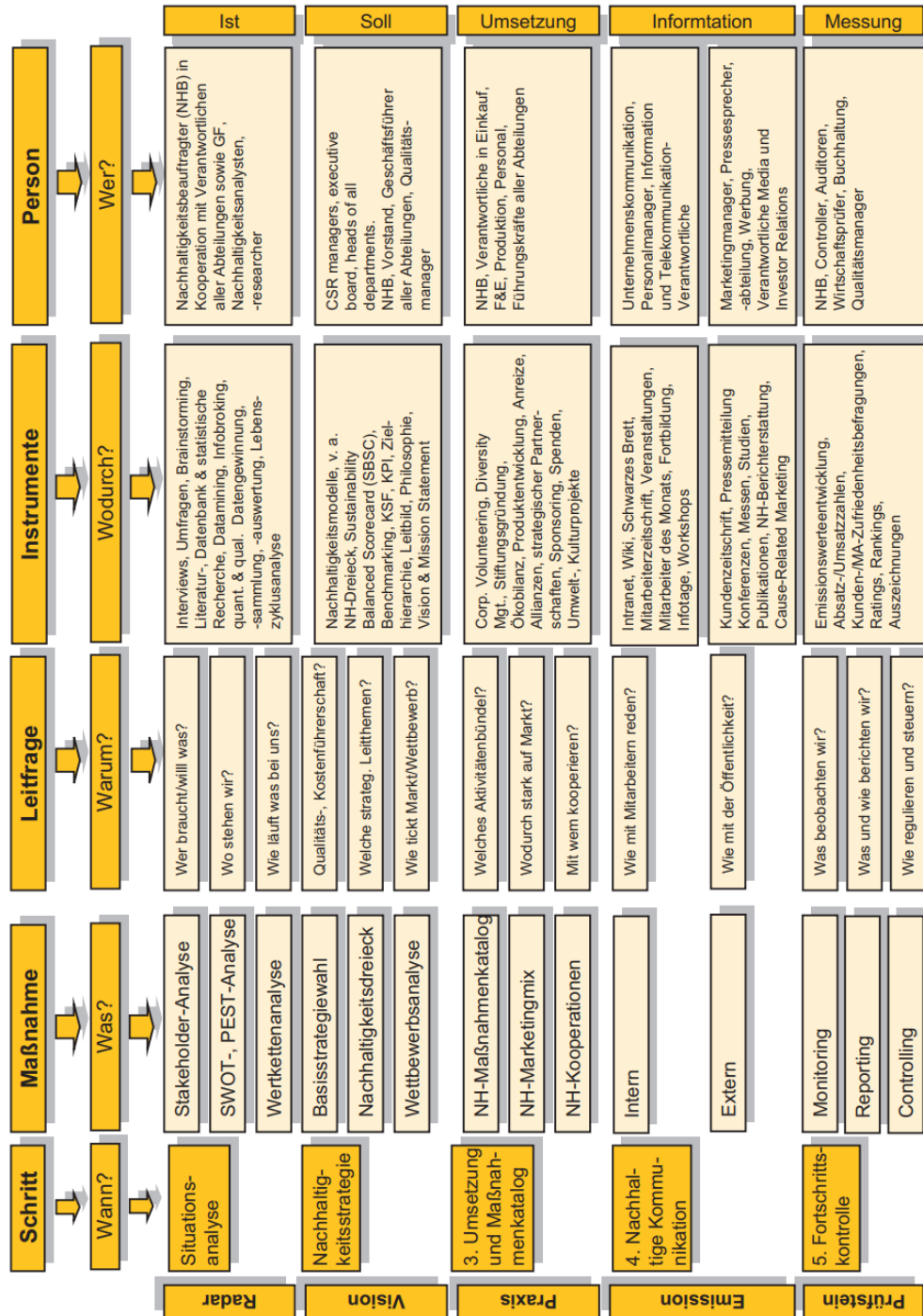
<p>gegen kommerzielle, sexuelle und sonstige Form von Ausbeutung und Diskriminierung/Belästigung, besonders bezüglich Kindern, Jugendlichen, Frauen, Minderheiten und „verletzlicher Gruppen“, implementiert.</p>	<p>Destinationen, in welchen es besonders viel tätig ist, um Ausbeutung und Diskriminierung/Belästigung vorzubeugen.</p> <p>d. Das Alter aller Angestellten ist klar dokumentiert und zeigt, dass es keinerlei Kinderarbeit, wie von ILO definiert, in dem Unternehmen gibt.</p> <p>e. Die Organisation engagiert sich gegen Kinder-Sex-Tourismus.</p> <p>f. Dienstleister und Standorte, wo es Anzeichen für mögliche Ausbeutung gibt, werden nicht unter Vertrag genommen.</p>
<p>B6 Gleichberechtigung</p> <p>Das Unternehmen bietet Einstellungsmöglichkeiten bis in die Management Etag ohne jegliche Diskriminierung von Geschlecht, Rasse, Religion, Behinderung oder jeglicher anderer Form.</p>	<p>a. Das Unternehmen hat Gruppen, bei welchen ein Risiko der Diskriminierung besteht, inklusive Frauen und lokale Minderheiten, identifiziert.</p> <p>b. Der Anteil von Angestellten aus jeder dieser Gruppen wird beobachtet.</p> <p>c. Interne Beförderungen schließen diese Gruppen mit ein.</p>
<p>B7 Angemessene Arbeit</p> <p>Arbeitsrechte werden respektiert, ein sicheres Arbeitsumfeld wird geboten und Angestellte erhalten mindestens existenzsichernden Lohn. Angestellte erhalten regelmäßige Weiterbildung, Feedback und Entwicklungsmöglichkeiten</p>	<p>a. Das Unternehmen zeigt Wissen und Einhaltung von internationalen Arbeitsstandards und –regulationen.</p> <p>b. Das Gehaltsniveau wird beobachtet und regelmäßig den Normen eines existenzsichernden Lohns im Anstellungsland angeglichen.</p> <p>c. Trainingsnachweise werden für alle Angestellten erstellt, wonach das Niveau und die Häufigkeit von Weiterbildungen ersichtlich wird.</p> <p>d. Arbeitsverträge zeigen Unterstützung von Krankenversicherung und sozialer Absicherung.</p> <p>e. Wasser sowie Sanitäts- und Hygieneanlagen werden für alle vor Ort arbeitenden Angestellten bereitgestellt.</p> <p>f. Die Zufriedenheit der Angestellten wird beobachtet.</p> <p>g. Ein Beschwerdemanagementsystem für Angestellte wird bereitgestellt.</p>
<p>B8 Grundversorgung</p> <p>Die Aktivitäten des Unternehmens gefährden nicht die Versorgung der benachbarten Gemeinden mit grundlegenden Dingen wie Essen, Wasser, Strom, Gesundheitspflege und sanitären Anlagen.</p>	<p>a. Das Unternehmen kontrolliert seinen Einfluss auf die Erhältlichkeit der Grundversorgung in den Hauptgebieten seines Betriebs, sowie Orten, welche es besucht.</p> <p>b. Ein Feedback-Mechanismus ist für die Hauptgebieten seines Betriebs, sowie Orte, welche es besucht, etabliert.</p> <p>c. Jegliche Reduzierung der Erhältlichkeit der Grundversorgung für lokalen Gemeinden, welche als Resultat von Aktivitäten des Betriebs identifiziert wurden, wird sofort adressiert.</p>
<p>B9 Lokale Existenzgrundlagen</p> <p>Die Aktivitäten des Unternehmens haben keinen negativen Effekt auf lokalen Zugang zu möglichen Existenzgrundlagen wie die Nutzung von Land und Wasser Ressourcen, Wegerechte, Transport und Unterkunft.</p>	<p>a. Lokaler Zugang zu Existenzgrundlagen wird in Entwicklungs- und Betriebsfragen berücksichtigt.</p> <p>b. Es gibt einen Kommunikationsmechanismus, welcher lokalen Gemeinden erlaubt, einen reduzierten Zugang zu möglichen Existenzgrundlagen in den Hauptgebieten des Betriebs oder vom Betrieb besuchten Gegenden aufzuzeigen.</p>

SECTION C: Maximize benefits to cultural heritage and minimize negative impacts	
<p>C1 Kulturelle Interaktion</p> <p>Die Organisation folgt international und national bewährten Praktiken. Zudem kümmert sie sich um die lokal abgesprochene Führung des Managements und Promotion von Besuchen von indigenen Gemeinschaften und kulturellen oder historisch sensiblen Orten, um negative Auswirkungen dieser Besuche zu reduzieren, positive zu maximieren und Besucherzufriedenheit zu gewährleisten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Das Unternehmen zeigt Wissen von und Einhaltung von international und national bestehenden bewährten Praktiken für Führung von touristischen Besuchern an kulturell wichtige Orten und zu indigenen Gemeinschaften. b. Das Unternehmen beschäftigt sich mit Gemeinschaften und Standorten, um die bestehenden Richtlinien für Besuche regelmäßig zu überprüfen und ggf. neue Richtlinien aufzustellen. c. Richtlinien werden effektiv umgesetzt und kommuniziert. d. Es gibt besondere Maßnahmen, um unangebrachten Umgang mit Kindern zu unterbinden.
<p>C2 Schutz von Kulturerbe</p> <p>Das Unternehmen wirkt am Schutz, Erhalt und Verbesserung von lokalen Grundstücken, Standorten und Traditionen von historischer, archäologischer, kultureller und spiritueller Bedeutung mit, und behindert nicht den Zugang zu diesen für lokale Einwohner.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Das Unternehmen gibt und dokumentiert finanzielle Unterstützung zum Schutz von Kulturerbe b. Das Unternehmen leistet Sachleistungen oder andere Unterstützung für kulturelles Erbe c. Das Unternehmen versichert, dass seine Aktivitäten den lokalen Zugang zu Standorten nicht behindert.
<p>C3 Präsentation von Kultur und Kulturerbe</p> <p>Das Unternehmen schätzt und berücksichtigt authentische Elemente traditioneller und zeitgenössischer lokaler Kultur in seinem Betrieb, Design, Dekoration, Küche und Einzelhandel unter Einhaltung von Rechten geistigen Eigentums der lokalen Gemeinschaft.</p>	<ul style="list-style-type: none"> i. Lokale Kunst und Kunsthandwerk werden in Design und Möblierung integriert j. Lebendiges Kulturerbe und Traditionen werden durch das Essen, den Einzelhandel, Veranstaltungen und andere angebotene Dienstleistungen vermittelt. k. Copyright und Rechte des geistigen Eigentums werden respektiert und nötige Berechtigungen eingeholt. l. Die Ansicht der lokalen Gemeinschaft wird in der Präsentation von lokalem Kulturerbe mit einbezogen.
<p>C4 Artefakte</p> <p>Historische und archäologische Artefakte werden nicht verkauft, getauscht oder gezeigt, ohne die Genehmigung nach lokalem und internationalem Recht.</p>	<ul style="list-style-type: none"> d. Die Nutzung von Artefakten ist transparent und/oder voll dokumentiert und gemeldet. e. Wenn Artefakte genutzt werden, ist ersichtlich, welche Gesetze und Verordnungen diese Nutzung erlauben. f. Besucher werden davon abgehalten, Artefakte zu entwenden oder zu beschädigen.

Sektion D: Maximierung des Nutzens für die Umwelt und Minimierung negativer Auswirkungen	
D1 Bewahrung von Ressourcen	
<p>D1.1 Ökologisch wünschenswerter Einkauf</p> <p>Einkaufsgrundsätze geben ökologisch nachhaltigen Lieferanten und Produkten, inklusive Investitionsgütern, Essen, Getränken, Baumaterialien und Verbrauchsmaterialien, den Vorrang.</p>	<p>a. Es sind dokumentiert eund implementierte ökologische Einkaufsgrundsätze vorhanden.</p> <p>b. Produkte und Lieferanten, welche ein Öko-Zertifikat besitzen, werden bevorzugt – besonders in Bezug auf Holz, Papier, Fisch, sowie andere Lebensmittel und Produkte aus der Natur.</p> <p>c. Wenn keine zertifizierten Produkte verfügbar sind, werden Herkunft und Herstellungsmethode in Betracht gezogen.</p> <p>d. Gefährdete Spezies werden nicht genutzt oder verkauft.</p>
<p>D1.2 Effizienter Einkauf</p> <p>Das Unternehmen regelt den Einkauf von Verbrauchsgütern und Einwegartikeln, inklusive Lebensmitteln, sorgfältig, um Abfall zu vermeiden.</p>	<p>h. Der Einkauf zieht wiederverwendbare, recycelte und Mehrweggüter vor.</p> <p>i. Der Einkauf und die Nutzung von Verbrauchsgütern und Einwegartikeln wird überwacht und geregelt.</p> <p>j. Unnötige Verpackung (besonders aus Plastik) wird vermieden, wobei Massenbestellungen aufgegeben werden wo angebracht.</p>
<p>D1.3 Energieerhaltung</p> <p>Der Energiekonsum wird nach Typ gemessen und Schritte eingeleitet, um ihn so weit wie möglich zu minimieren. Das Unternehmen bemüht sich, den Nutzen von Erneuerbaren Energien zu erhöhen.</p>	<p>a. Der gesamte Energiekonsum wird überwacht und gemanagt.</p> <p>b. Der Energiekonsum wird pro Tourist/Nacht nach Energietypus beobachtet und gemanagt.</p> <p>c. Erneuerbare Ressourcen werden bevorzugt und der Anteil von erneuerbaren Energien, in Bezug auf den gesamten Energieverbrauch, wird kontrolliert und geregelt.</p> <p>d. Es werden besonderes Equipment und Praktiken eingesetzt, welche den Energieverbrauch minimieren.</p> <p>e. Es gibt Ziele zur Reduzierung des Energieverbrauchs.</p> <p>f. Angestellte und Gäste bekommen genaue Anleitungen, wie sie den Energieverbrauch minimieren können.</p>
<p>D1.4 Wassereinsparung</p> <p>Wasserrisiken wurden beurteilt, Wasserkonsum wird nach Typ gemessen, und es werden Maßnahmen eingeleitet, den generellen Wasserkonsum zu minimieren. Wasserzufuhr ist nachhaltig und hat keine negativen Effekte auf die Umwelt. In Gegenden mit hohen Wasserrisiken werden kontextbasierte Verwaltungsziele identifiziert und verfolgt.</p>	<p>d. Wasserrisiken wurden beurteilt und dokumentiert.</p> <p>e. Wo das Wasserrisiko als hoch beurteilt wurde, werden Verwaltungsziele bestimmt.</p> <p>f. Der Wasserkonsum wird pro Tourist/Nacht je nach Quelle beobachtet und gemanagt.</p> <p>g. Es werden Ausrüstung und Praktiken genutzt, welche den Wasserkonsum minimieren.</p> <p>h. Das Wasser kommt aus legalen und nachhaltigen Quellen, welche noch nicht im vornherein beeinflusst wurden, und auch in Zukunft die Umwelt nicht beeinflussen werden.</p> <p>i. Potentiell kumulative Einflüsse des Tourismus auf Wasservorkommen werden in Betracht gezogen.</p> <p>j. Es gibt Ziele zur Reduzierung des Wasserkonsums.</p> <p>k. Angestellten und Gästen wird aufgezeigt, wie man den Wasserkonsum</p>
	minimiert.

5-Schritte-Plan im Nachhaltigkeitsmanagement nach Pufé

Abbildung 10 5-Schritte-Plan nach Pufé



Quelle: Pufé, I., Nachhaltigkeitsmanagement, 2012, S.78.

Eidesstaatliche Erklärung

„Ich erkläre ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und die den Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen und/oder Gedanken als solche kenntlich gemacht habe. Dies gilt auch für Zeichnungen, Skizzen, bildliche Darstellungen sowie für Quellen aus dem Internet. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form an keiner anderen inländischen oder ausländischen Institution zur Beurteilung vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht – auch nicht in Teilen. Die vorliegende Fassung entspricht der eingereichten elektronischen Version.“

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'J. Bemp', written in a cursive style.

Datum: 11.09.2022

Jaqueline Bemp