

Bern, 25. November 2010

hotelleriesuisse schafft Durchblick im Label-Dschungel

Die nachhaltige Unternehmensführung gewinnt im Tourismus an Bedeutung. Gerade die Hotelbranche ist mit einer Vielzahl von Gütesiegeln und Nachhaltigkeitslabels konfrontiert, welche Umwelt- und Nachhaltigkeitsbestrebungen mess- und nachvollziehbar machen wollen. Ausrichtung, Abdeckung und Bekanntheit dieser Labels sind jedoch sehr unterschiedlich und oft wenig transparent. Das heutige Seminar von hotelleriesuisse hatte zum Ziel, Klarheit im Label-Dschungel zu schaffen.

hotelleriesuisse, der Unternehmerverband der Schweizer Hotellerie, hat sich zum Ziel gesetzt, das Thema Nachhaltigkeit in Tourismus und Hotellerie aktiv zu thematisieren. Die fehlende Kategorisierung der vielen Nachhaltigkeits-Labels in der Schweiz erschwert derzeit die Durchdringung in der Branche. Im Auftrag von hotelleriesuisse hat die Hochschule Luzern eine Studie zu den für die Schweizer Hotellerie relevanten Nachhaltigkeits- und Umweltlabels gemacht. Dabei wurden nach klar definierten Kriterien 27 Labels ausgewählt, analysiert und kategorisiert. Die Ergebnisse wurden heute im Rahmen eines Seminars vor über 150 interessierten Touristikern im Hotel Allegro/Kursaal Bern vorgestellt.

Es hängt von der Positionierung ab

„Alle vorgestellten Labels erfüllen gewisse Mindestanforderungen an Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit, decken jedoch unterschiedliche Akzente der Nachhaltigkeit ab“, erklärte Professor Martin Barth vom Institut für Tourismuswirtschaft ITW der Hochschule Luzern. Nur wenige Labels umfassen alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft. Die Auswahl des geeigneten Labels hängt stark von der Positionierung des Hotels und den Bedürfnissen des Hoteliers ab. Ein Hotelier, der die Qualität seiner Führungsinstrumente und Prozesse verbessern will, wählt ein anderes Gütesiegel als ein Betrieb, der beispielsweise ein bestimmtes ausländisches Gästesegment im Fokus hat. In seinem Referat erklärte Thomas Allemann, Leiter Mitgliederservice und Klassifikation von hotelleriesuisse, dass die Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitslabels auch für die Klassifikation attraktive Anknüpfungspunkte bietet. So ist zum Beispiel denkbar, dass sich eine zukünftige Spezialisierungskategorie „Nachhaltigkeit“ über bestimmte Labels definieren wird.

Nachhaltigkeit als neue Selbstverständlichkeit

Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, unterstrich die zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeit im Tourismus. Die Schweiz verdankt einen Grossteil ihrer Anziehungskraft ihrer unberührten Natur. In den nächsten Jahren wird die Nachfrage nach sozialverträglich und umweltfreundlich organisierten Kongressen steigen, weil viele Unternehmen ihr Engagement auf ihre Meetings und Veranstaltungen ausdehnen. „Damit wird Nachhaltigkeit im Tourismus zunehmend zu einer Selbstverständlichkeit“, so Schmid.

Das anschliessende Podium mit den Referenten Barth, Allemann, Schmid sowie dem Nachhaltigkeits-Verantwortlichen Stefan Hantke der Sunstar Hotels und Fredi Gmür, CEO der Schweizer Jugendherbergen, war sich einig, dass ein Label kein Selbstzweck sein kann. Eine Grundüberzeugung bezüglich Nachhaltigkeit muss vorhanden sein. Dr. Christoph Juen, CEO hotelleriesuisse, schloss das Seminar mit dem Hinweis, dass nicht nur dem Gast und der Gesellschaft die Nachhaltigkeit am Herzen liegt, sondern auch hotelleriesuisse. Der Verband engagiert sich weiterhin für eine verantwortungsvolle Tourismuswirtschaft.

Alle Präsentationen der Experten stehen ab 15.30 Uhr auf www.hotelleriesuisse.ch (Rubrik Mediacorner) zur Verfügung.

Weitere Informationen:

hotelleriesuisse
Orlando Gehrig, Leiter Wirtschaftspolitik
Telefon: 031 370 42 02
Handy: 079 571 24 62
E-Mail: orlando.gehrig@hotelleriesuisse.ch