
Nachhaltige Dienstleistungen

Perspektive: umwelt-effizientes Gastgewerbe

Kerstin Junghans – Geschäftsführerin Hotel- und Gaststätten-
verband, DEHOGA Hessen, Kreisverband Frankfurt am Main e.V.



Das Gastgewerbe kann auf besondere Weise das Zusammenspiel von Wirtschaftswachstum und Umweltbewusstsein in der nachhaltigen Stadtentwicklung stärken. In der Bewirtung und Versorgung von Gästen liegen sehr große Potentiale für Ressourceneffizienz. Das Einsparen von Trinkwasser zeigt ja beispielsweise bereits, wie sich bei der Versorgung von Gästen Genuss und Umweltorientierung verbinden lassen. Die Verwendung von regionalen Lebensmitteln kann wichtige Anforderungen wie Frische, Herkunft und Qualität vereinen. Wenn wir zukünftig Angebote für „Körper, Seele und gutes Gewissen“ verknüpfen, machen wir in Richtung Nachhaltigkeit einen wichtigen Schritt voran.

Frankfurt: Übernachtungsstadt für Businessgäste?

Die meisten Hotels in Frankfurt beklagen eine Viertagewoche. Von Montag bis Donnerstag sind sie mit Geschäfts- und Messegästen ausgebucht. Über das verlängerte Wochenende stehen jedoch viele Zimmer leer. Diese Kapazitäten im Zusammenspiel von Businessgästen und Freizeittourismus auszulasten, birgt sehr viel Effizienzpotenzial. Wir sollten Frankfurt zukünftig mit der zusätzlichen Option des attraktiven Städtetourismus über die gesamte Woche auslasten. Dafür bieten Stadt und Region schon sehr gute Voraussetzungen. „Grün, Kultur, Freizeitangebote“: Für ihre Vermarktung müssen wir die Stadt nicht neu erfinden. Wenn wir das, was Frankfurt schon bietet, auch überregional bekannt machen, nutzen wir unsere Chancen und Möglichkeiten – Frankfurt ist grün. Vieles ist vorhanden, den Schritt in eine nachhaltige Zukunft müssen wir nur noch bewusster gehen. Die Stadt liegt am Wasser und ist umgeben von einer attraktiven Region. Der Rheingau und der Taunus sind schnell erreichbare und schöne Naherholungsräume. Dieses Umfeld sollten wir nutzen, um für Frankfurt mit nachhaltigen Hotel- und Restaurantkonzepten zu werben.

Frankfurt ist eine Wirtschaftsmetropole mit einem internationalen Flughafen im Herzen der Region Rhein-Main. Einmal vor Ort, können Gäste alle interessanten Orte mit dem Fahrrad oder dem öffentlichen Verkehr erreichen. Vom Mainufer in die Weinbaugebiete des Rheingaus, vom Grüngürtel in den Odenwald brauchen sie nicht zwingend ein Auto. Diese Infrastruktur kann die Hotellerie und Gastronomie aus ökologischer und ökonomischer Perspektive stärken. Frankfurt hat sehr viele große Hotels. Viele Neubauten sind schon realisiert oder in Planung. Kleine mittelständische Hotels haben jedoch im Überlebenskampf oft große Mühe. Nachhaltige Projekte bieten daher neue Positionierungs- und Vermarktungschancen. Die Villa Orange im Frankfurter Nordend ist hierfür ein gutes Beispiel: mit „Bio-Zertifizierungen“ für Bewirtung und Gastronomie und dem Angebot von E-Bikes leisten Besitzerin und Gäste bereits ihren Beitrag für die Schonung der Umwelt.

Über drei Millionen Gäste bieten Nachhaltigkeitspotenziale

Wir machen uns viel zu wenig klar, welche großen nachhaltigen Potenziale in der Frankfurter Hotelbranche schon genutzt werden, aber vor allem noch genutzt werden können. Die großen Mengen von Waschpulver, Seife oder Spülmittel lassen sich durch umweltfreundliche Alternativen ersetzen. Bei Neubauten oder Sanierungen könnten Hotels mit Wärmedämmung und effizienten Heizsystemen große Mengen Energie sparen. Das Hotel Hessischer Hof hat ein Blockheizkraftwerk in das Hotel integriert, das schon seit über fünf Jahren effizient arbeitet. Auch die DEHOGA-Energiekampagne für das Gastgewerbe zeigt die vielfältigen Ansätze für die Hotelpraxis. Der konsequente Einbau von Durchflussreglern kann an Waschbecken große Mengen Wasser sparen. Zentrale Verriegelungssysteme, die auch die Stromversorgung steuern, reduzieren den Energieverbrauch. Die Umstellung der Beleuchtung von Halogen auf LED- oder Sparlampen kann viel bewirken. Energieintensive Wellness-Bereiche vieler Hotels mit nachhaltigen Technologien umzurüsten, kann sehr sinnvoll sein. Abfallmanagement ist ein großer Schwerpunkt. Wie lassen sich große Abfallmengen vermeiden? Wie können wir mehr „Wellness-Vitalküche“ schaffen, die auf Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau und artgerechter Tierhaltung zurückgreifen? Frankfurt hatte im Jahre 2010 über drei Millionen Übernachtungsgäste. Diese Besucher können national und international auch Botschafter für ein nachhaltiges Frankfurt sein. Wir müssen es nur innerhalb der Betriebe und nach außen klar und deutlich kommunizieren.

Wohlfühlfaktoren Mobilität und Stadtklima

Die vier Themenknoten der Frankfurter Bewerbung zum Green Capital Award sind auch aus der Perspektive der Hotel- und Restaurantgäste bedeutsam. Auch sie können die nachhaltige Mobilitätskultur nutzen. Frankfurt ist eine Stadt der kurzen Wege. Zu Fuß oder mit dem Fahrrad, mit S- oder U-Bahnen lassen sich fast alle Ziele gut erreichen. Das Stadtklima und die zugänglichen Freiflächen beeinflussen auch bei unseren Gästen den Wohlfühlfaktor. Wir sollten jedoch die Bedeutung der Dienstleistungen in einer nachhaltigen Stadt deutlicher herausstellen. Die Aufenthaltsqualität unserer Gäste und Einwohner wird natürlich auch stark an Dienstleistungen gemessen. Der Check-in im Hotel, das Brötchen beim Bäcker, der Service im Restaurant oder der Zugang zu öffentlichen Toiletten sind ohne Dienstleistungen nicht zu haben.

Die nachhaltige Entwicklung Frankfurts darf das Wirtschaftswachstum nicht behindern, sondern muss in einer Einheit daherkommen. Viele Frankfurter Hotels haben bereits in Umweltschutz investiert, nur ist dies leider zum Teil „nach außen“ nicht sichtbar. Wir müssen dieses Engagement öffentlich machen. Ein attraktives

Stadtmarketing muss diese Vorteile der Stadt herausstellen. Die „Grüne Stadt“ kann ein zusätzlicher Magnet für Gäste und Tourismus sein. Wir brauchen mehr Freizeittouristen in Frankfurt. Mithilfe von ständig wachsenden Angeboten und Maßnahmen im Städtetourismus müssen Freizeit- und Kulturwerte der Stadt weiter herausgestellt werden. Dies ist in den letzten Jahren bereits sehr gut angelaufen. Dieses Marketing sollte jedoch auf einer realistischen und praxisnahen Stadtentwicklung gründen, die das Kooperationspotenzial der Bürger und die Möglichkeiten der Unternehmen einbezieht. Wem nützen Visionen, die in den Köpfen der Unternehmer und Bürger nicht zur Entfaltung und Umsetzung kommen? Wir brauchen eine gemeinsame Vision für Frankfurt. Wir brauchen eine konkrete Vorstellung von der Zukunftsfähigkeit der Stadt, die auch für die kommende Generation Bestand hat.

Produktivkraft „Transparenz“

Die kleine und mittelständische Hotellerie sowie die Gastronomie in Frankfurt haben besonderen Orientierungs- und Beratungsbedarf. Wo sind Energieprogramme oder Angebote der Wasser- und Abfallwirtschaft, die mein Unternehmen nachhaltiger und zugleich wirtschaftlicher machen können? Viele Betriebe entsorgen Abfälle ohne wirkliches Abfallmanagement und hoffen, dass mit dem Austausch von herkömmlichen Glühlampen durch Energiesparlampen ausreichend für Energiereduzierung gesorgt ist. Aber oft fehlt das Hintergrundwissen über die Vielfalt der Möglichkeiten. Hier fehlt oft die Transparenz. Aufgrund abgeschlossener Rahmenvereinbarungen können DEHOGA-Mitglieder günstigeren Strom beziehen. Viele kleine und mittelständische Betriebe wissen jedoch nicht, was ihnen der Umstieg auf Ökostrom bieten kann. Und was können eigentlich Unternehmer, die jeden Tag am Empfang ihres Hotels stehen oder morgens in Großmärkte zum Einkaufen fahren, konkret für die Nachhaltigkeit ihrer Betriebe tun? Oft fehlt die Zeit, sich selbst Informationen zu beschaffen. Aufklärung kann hier viel bewirken.

In der Gastronomie liegt die Effizienzrevolution schon beim Ersatz der Kühlgeräte in der Küche. Da ist der Beratungsbedarf sehr groß. Hier könnten Betriebe in Frankfurt eine Vorreiterrolle einnehmen. Gemeinsam mit dem Frankfurter Kinderbüro setzen wir beispielsweise das Projekt Kinderfreundliche Gastronomie um. Wer die Kriterien erfüllt, bekommt ganz offiziell den „Frankie“ verliehen. Könnte dieser Ansatz nicht beispielhaft für Nachhaltigkeitsimpulse sein? Derzeit arbeitet der DEHOGA Bundesverband an einem DEHOGA-Umweltcheck, der sowohl der Hotellerie als auch der Gastronomie die Möglichkeiten bieten soll, ihre Umweltschutzaktivitäten nach außen sichtbar zu machen. Für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Frankfurt sind die Tourismus+Congress GmbH und die Industrie- und Handelskammer Frankfurt wichtige Partner. Die städtischen Ämter, die im täglichen Geschäftsablauf der

Unternehmen eine wichtige Rolle spielen, könnten auch im Bereich der Nachhaltigkeit noch eine Menge Unterstützung gewähren. Gerade ältere Häuser haben mit der Bauaufsicht, dem Brandschutz-, dem Veterinär- und dem Ordnungsamt, um nur einige zu nennen, zu tun.

Steht beispielsweise eine Sanierung von Gebäuden an, könnten gegebenenfalls Förderprogramme wegen energieeffizienten Bauens greifen, die jedoch kaum ein Unternehmen kennt. Hier wären die Ämter hinsichtlich Beratungsmaßnahmen in Bezug auf Nachhaltigkeit gefragt. Sinnvoll wäre, wenn diejenigen Ämter, die eng mit dem Gastgewerbe zusammenarbeiten, den Service einer Nachhaltigkeitsberatung in ihr Verantwortungsprofil übernehmen würden. Könnte nicht das Umweltamt der Stadt einen Wegweiser für Unternehmer bieten?

Runde Tische „Nachhaltige Gastwirtschaft“

An dem sogenannten Runden Tisch zur „Außengastronomie“ sitzen augenblicklich alle beteiligten Ämter der Stadt Frankfurt zusammen und beraten gemeinsam über die Möglichkeiten der Neugestaltung. Diese Art der Kommunikation könnte ich mir auch für die Möglichkeiten und Problematiken zum Thema Nachhaltigkeit vorstellen. Es gibt die Hessische Bauordnung für Wirtschaftsgärten. Hier ist die Bauaufsicht zuständig. Für Sommergärten auf dem Gehweg sind das Verkehrsdezernat und verkehrsrechtliche Regelungen verantwortlich. Will ein Wirt eine Nutzungserlaubnis beantragen, muss er Anträge bei unterschiedlichen Ämtern stellen. Dieses Wirrwarr ist für viele Unternehmen schwer nachzuvollziehen. Derzeit erarbeiten wir gemeinsam einen Ratgeber für die „Außengastronomie“. Ein solches Vorgehen eignet sich auch für Nachhaltigkeitsthemen in den Betrieben. Bei Investitionen und Sanierungsarbeiten wissen viele Unternehmen nicht, welche nachhaltigen Wege sie gehen können und welche entsprechenden Möglichkeiten ihnen eigentlich zur Verfügung stehen. Engagement und Mut zur Nachhaltigkeit darf Betriebe wirtschaftlich jedoch nicht schwächen. Hier sollte eine zentrale Anlauf- und Beratungsstelle Orientierung stiften. Diese Transparenz ist für eine nachhaltige Entwicklung in Frankfurt von besonderer Bedeutung, da wir als internationale Metropole Wege einer Symbiose von Dienstleistung für den Gast, Wirtschaftlichkeit, Energieeffizienz und Umweltschutz aufzeigen können. Auf diese Weise kann Nachhaltigkeit auch als Marketinginstrument für Gastgewerbe und Tourismus eingesetzt werden.

Kerstin Junghans

ist Geschäftsführerin des DEHOGA Hessen, Kreisverband Frankfurt am Main e.V.

Im Hotel- und Gaststättenverband ist sie insbesondere für die direkte Beratung der gastgewerblichen Unternehmen in allen arbeitgeberseitigen Belangen, wie Arbeitsrecht, Hilfe beim Umgang mit Behörden und Problematiken des täglichen Geschäftsalltags sowie für die politische Interessenvertretung auf kommunaler Ebene zuständig. Außerdem ist sie Ansprechpartnerin für einige Bereiche der Berufsausbildung im Gastgewerbe.