

TRENDS IM UMWELTBEWUSSTSEIN DER GÄSTE

Ökologie und Ökonomie galten früher als schwer zu vereinen und „Öko“ im Gastgewerbe wurde lange belächelt. Diese Zeiten sind vorbei: „Öko“ steht mittlerweile für innovative Konzepte, die Umweltschutz an vielen Stellen mit modernster Technik verbinden und von den Gästen gerne angenommen werden.

Immer mehr Gäste interessieren sich vermehrt für Angebote, die ökologische Aspekte berücksichtigen. Dies kann sich sowohl auf die technische Ausstattung eines Betriebes wie z.B. den Einsatz von Energiesparlampen oder eines Blockheizkraftwerkes (BHKW) als auch auf einfache organisatorische Maßnahmen im Betrieb beziehen. Auch die Verwendung regionaler Produkte oder das Nutzen umweltfreundlicher Transportmöglichkeiten gehört dazu.

In einer Umfrage unter Gästen und Passanten in Berlin sprachen sich mehr als 80 % der Befragten für mehr Klimaschutz in der Gastronomie aus. Immerhin 72 % signalisierten Bereitschaft, für Leistungen von umweltfreundlichen und klimaschutzaktiven Betrieben mehr zu bezahlen.

Sind die Gäste bereit, für klimaschutzaktive Betriebe mehr zu zahlen?

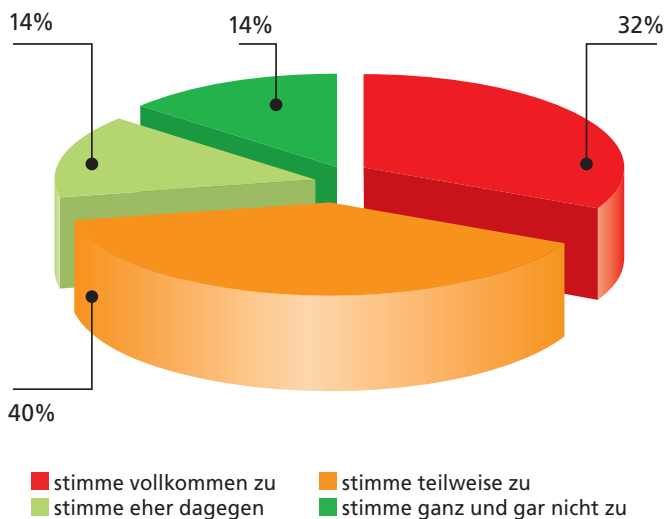


Abbildung: Bereitschaft von Gästen, für klimaschutzaktive Betriebe der Gastronomie mehr zu bezahlen
Quelle: Trendstudie „Gastronomie und Klimaschutz“, 2007 (www.prostklima.de)

INHALT

TRENDS IM UMWELTBEWUSSTSEIN DER GÄSTE	1
UMWELTSCHUTZ KOMMUNIZIEREN	
IHR KOMMUNIKATIONSKONZEPT	
WORAUF SOLLTEN SIE ACHTEN?	
ENGAGEMENT SICHTBAR MACHEN	3
DIE GÄSTE INFORMIEREN	
DIE MITARBEITER INFORMIEREN	
UMWELTENGAGEMENT ALS MARKETING-FAKTOR	
BINDEN SIE IHRE GÄSTE EIN	4
SPAREN MIT HILFE IHRER GÄSTE	
GEMEINSAM NEUE IDEEN ENTWICKELN	
ZUSATZINFORMATIONEN	6

Darüber hinaus gaben mehr als die Hälfte der Befragten an, Betriebe mit Umweltgütesiegeln zu bevorzugen.

Für einen modernen Betrieb lassen sich die folgenden Grundsätze formulieren:

- Steigern Sie die langfristige Kundenbindung, indem Sie auf das gesteigerte Umweltbewusstsein Ihrer Gäste eingehen.
- Versuchen Sie, die Qualität Ihres Angebotes fortlaufend zu steigern – bessere Leistung führt schnell zu einer höheren Kundenbindung und besserem Geschäftserfolg.
- Denken Sie immer daran: Neue Gäste gewinnen ist sehr viel aufwändiger als zufriedene Stammgäste zu halten.





Umweltschutz kommunizieren

Wichtig ist es, Ihre Gäste über das Umweltengagement Ihres Betriebes zu informieren. Für den Gast ist es ein gutes Gefühl, in einem umweltfreundlichen Betrieb zu verweilen. Indem er dieses Hotel oder dieses Restaurant besucht, trägt er selber zum Umweltschutz bei. Das wirkt sich auf die Zufriedenheit des Gastes und damit auch auf die Kundenbindung aus.

Wenn Sie Ihre Aktivitäten gezielt kommunizieren, können Sie einen doppelten Effekt erzielen: Zum einen können Sie sich durch gezieltes Marketing Wettbewerbsvorteile verschaffen. Zum anderen können Sie Mitarbeiter und Gäste zu umweltbewusstem und energiesparendem Verhalten anregen. Dies wiederum führt auch zu Kosteneinsparungen im Betrieb.

Zwei Bereiche sind bei der Kommunikation gegenüber dem Gast besonders wichtig:

- die Information über Möglichkeiten, wie der Gast mit seinem eigenen Verhalten zu mehr Umweltschutz beitragen kann. Beispielsweise kann dem Gast auf der Speisekarte die Möglichkeit gegeben werden, regionale Gerichte zu bestellen um so unnötigen Energieverbrauch durch weite Transportwege zu vermeiden.
- die Information über bereits umgesetzte Umweltmaßnahmen im Betrieb. Dadurch wird das Profil des Betriebes geschärft und Sie setzen sich positiv von der Konkurrenz ab.

Der Umwelt zu Liebe schaltet unser Zimmerpersonal Fernseher und Klimaanlage aus.

Das Musterhotel sagt
JA zum Umweltschutz!

Es ließe sich ein
Kernkraftwerk abschalten,
würde bei allen
Geräten in Deutschland
auf den Stand-by Modus
verzichtet werden.

Green City  Energy
Umweltprojekte mit Zukunft



Abbildung: Hinweis für Gäste zur Vermeidung von Stand-by-Verlusten

Quelle: www.bioculture.de

Ihr Kommunikationskonzept

Bevor Sie mit gezielten Informationsmaßnahmen beginnen, sollten Sie sich Gedanken darüber machen: Was wollen Sie mit Ihrer Umweltkommunikation erreichen? Wen möchten Sie ansprechen? Welche Mittel wollen Sie nutzen?

Die folgende Grafik bietet Ihnen eine Hilfestellung, was zu beachten ist. Wichtig ist es, den Erfolg Ihrer Maßnahmen zu kontrollieren. Haben entsprechende Informationen in den Badezimmern beispielsweise die Gäste dazu angeregt, Wasser zu sparen?

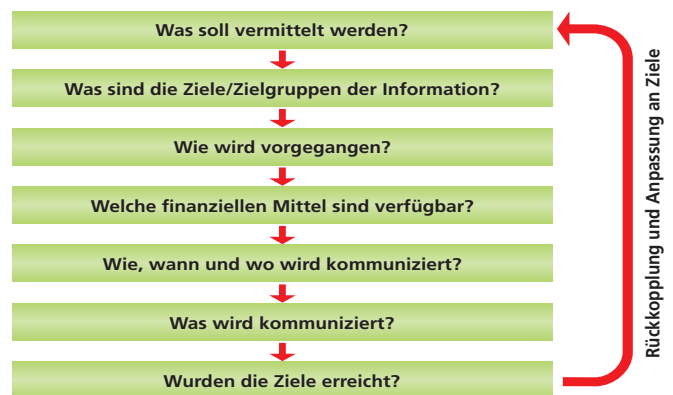


Abbildung: Die sieben Arbeitsschritte zum Kommunikationskonzept

Worauf sollten Sie achten?

Gewinnen Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Gäste mit neuen, überraschenden Informationen. Vermitteln Sie Ihren Gästen die Informationen in attraktiver und verständlicher Form. Aufforderungen an die Gäste, Ihre Umweltziele und -maßnahmen zu unterstützen, sollten sichtbar und gut leserlich angebracht sein.

Sorgen Sie dafür, dass umweltfreundliches Verhalten als Teil des Urlaubsvergnügens, als Bereicherung begriffen wird. Versuchen Sie, bei der Kommunikation von Umwelt und Natur positive Erfahrungen wie Spaß und Erleben in den Vordergrund zu stellen. Ihre Gäste sollten ohne Einschränkungen des Urlaubsgenusses umweltverantwortlich handeln können.

Achten Sie auch darauf, dass Ihre Informationen nicht belehrend wirken, um Ihre Gäste nicht zu verstimmen.

Kostenloser öffentlicher Nahverkehr

Nicht nur im Bereich des Hotelzimmers bieten sich Möglichkeiten, Energie zu sparen. Das Best Western Premier Hotel Victoria in Freiburg macht es vor: Jeder Gast erhält gratis eine Regio-Karte für den ÖPNV in Freiburg und Umgebung. Darüber hinaus stehen den Hotelgästen betriebseigene Leihfahrräder und ein Solarmobil zur Verfügung. Den Hotelgästen werden die Gratisfahrkarten schon bei der Reservierungsbestätigung mitgeteilt. Das hat dazu beigetragen, dass sich viele Gäste für eine Anreise mit der Bahn entscheiden.



ENGAGEMENT SICHTBAR MACHEN

Die Gäste informieren

Die meisten Gäste freuen sich, wenn sie in einem Betrieb zu Gast sind, der umweltfreundlich geführt wird. Lassen Sie Ihre Gäste wissen, was Ihr Betrieb für die Umwelt tut.



Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, Ihr Engagement darzustellen:

- Überreichen Sie Ihren Gästen bei der Ankunft eine Informationsbroschüre. Alternativ können Sie diese auch in den Zimmern auslegen oder an einem geeigneten Ort gut sichtbar aufhängen.
- Bieten Sie Betriebsbesichtigungen an, in denen Sie Informationen zu Ihren Energiesparmaßnahmen vermitteln können.
- Bieten Sie verstärkt Produkte aus der Region an.
- Legen Sie auf den Zimmern oder im Restaurant eine Informationsmappe mit sympathischen, kurzen Portraits Ihrer regionalen Lieferanten aus.
- Nehmen Sie an Umweltwettbewerben teil, nutzen Sie Zertifizierungs- und Umweltmanagementsysteme. Bringen Sie entsprechende Auszeichnungen gut sichtbar in Ihrem Betrieb an.
- Verfassen Sie kurze und prägnante Umweltsätze, die Sie gut sichtbar anbringen.



Abbildung: Beispiel einer vorbildlichen Umweltkommunikation

Quelle: www.bioculture.de

Die Mitarbeiter informieren

Motivieren Sie ihre Mitarbeiter immer wieder zu umweltbewusstem Verhalten, zum Beispiel in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen und Schulungen. Stellen Sie sich vor, wie unangenehm es ist, wenn sich ein Gast bei Ihrem Personal nach bestimmten Maßnahmen erkundigt und keine Auskunft erhält. Schnell erhält man so den Eindruck, dass der Umweltaspekt nicht wirklich im Betrieb verankert ist. Dies kann Kunden mit ausgeprägtem Umweltbewusstsein verärgern.

Die Energiekampagne Gastgewerbe bietet Ihnen kostenfrei Trainingsmaterial zur internen Schulung Ihrer Mitarbeiter.

In größeren Betrieben sollten Sie pro Abteilung einen Umweltbeauftragten benennen, der für die spezielle Umsetzung des Umweltkonzepts in seiner Abteilung zuständig ist. So signalisieren Sie Ihren Gästen volles Engagement.

Information als Motivation

Zahlenkolonnen in roter Leuchtdiodenschrift sind ständig in Bewegung: 2645 ist da zu lesen und 3780. „Hier wird immer aktuell angezeigt, wie viel Tonnen CO₂ und wie viel Strom wir seit Installation unserer Photovoltaik-Anlage vor sieben Monaten gespart haben“, erläutert Klaus-Günther Wiesler.

Das eher unscheinbare Display hängt im Treppenhaus des Seehotels Wiesler in Titisee und ist umringt von Urkunden: Zertifikate für geprüftes Umweltmanagement (EMAS), für hervorragende Service-Qualität, und frisch gerahmt: der Umweltpreis 2006 des Landes Baden-Württemberg.



Umweltengagement als Marketing-Faktor

Nutzen Sie Ihr Umweltengagement auch als Marketingfaktor, mit dem Sie neue Kunden auf sich aufmerksam machen. Kommunizieren Sie Ihr Umweltengagement durch Pressearbeit, Veranstaltungen oder Netzwerkbildung.

Der Erwerb von Umweltsiegeln und Zertifikaten bietet neben der Vermarktung im Betrieb und beim eigenen Internetauftritt die Möglichkeit, in verschiedenen Datenbanken und Buchungssystemen vertreten zu sein.

Als Dachmarke für umweltfreundliche und qualitätsorientierte Gastronomiebetriebe in Deutschland hat sich „Viabono“ etabliert. Teilnehmende Betriebe müssen verschiedene Kriterien des Umweltschutzes, aber auch Kriterien wie beispielsweise die Verwendung regionaler Produkte erfüllen. „Viabono“ gibt den teilnehmenden Betrieben umfangreiche Unterstützung bei ihren Kommunikationsaktivitäten und der Zimmervermarktung.



Fühlst du den Unterschied?

Unsere Umwelt ist uns wichtig!

Wir sind Mitglied von „Viabono“. Diese Marke steht für ökologischen Tourismus und setzt auf Natürlichkeit in Punkto Reisen. In unserem Haus versuchen wir auch etwas für unsere Umwelt zu tun. Unsere Heizenergie und Warmwasser liefert uns eine Pellets- und Feststoffheizung. Sonnenkollektoren auf dem Dach ergänzen die Warmwasserbereitung. Das Duschwasser von einigen Zimmern wird aufgefangen, recycelt und als Toilettenspülung wieder verwendet. Auch das Regenwasser wird in unterirdischen Tanks aufgefangen und zur Bewässerung des Gartens verwendet. Bei unserem Frühstücksbuffet verzichten wir auf Portionspackungen. Mülltrennung ist für uns selbstverständlich. In unseren Hotelzimmern schaltet sich automatisch die Heizung ab, wenn ein Fenster geöffnet wird. Auch unser Auto hat einen umweltfreundlichen Kraftstoff, der Opel Combo fährt mit Erdgas.

Abbildung: Beispiel für Information der Gäste im Hotel
Quelle: Gutshof Ziegelhütte, Edenkoben

In vielen Bundesländern werden außerdem Auszeichnungen und Siegel für umweltfreundlich geführte Betriebe vergeben. So können sich beispielsweise das Bayerische Umweltsiegel oder der Umweltpreis von Baden-Württemberg an Ihrem Schwarzen Brett oder auf Ihrer Internetseite durchaus sehen lassen. Informieren Sie sich über die Möglichkeiten, die sich in Ihrer Region bieten.

Auf internationaler Ebene gibt es die Zertifizierungen nach EMAS (Eco Management and Audit Scheme, auch als EG Öko-Audit bekannt) und die ISO 14001. Um diese Zertifikate zu erhalten, müssen die Umwelteinwirkungen des Betriebs ermittelt sowie ein Umweltmanagementsystem eingerichtet werden. Die Umsetzung und Einhaltung der Anforderungen werden von einem unabhängigen Gutachter überprüft.

Verschiedene Initiativen können Ihnen dabei helfen, sich auf die Anwendung eines Umweltmanagementsystems vorzubereiten. Speziell für das Gastgewerbe sind Sutour (<http://sutour.ier.uni-stuttgart.de>) und TourBench (www.tourbench.info) empfehlenswert. In vielen Regionen werden auch ECO-Profit Programme gefördert, mit denen ebenfalls die Effizienz gesteigert wird und die auf die Anwendung von EMAS und ISO 14001 vorbereiten.

BINDEN SIE IHRE GÄSTE EIN

Sparen mit Hilfe Ihrer Gäste

Es gibt vielfältige Einsparmöglichkeiten, die nur mit Hilfe des Gastes realisiert werden können. Dabei geht es nicht darum, den Gast zu zwingen, Energie zu sparen. Er soll vielmehr auf versteckte Energiefresser und unnötige Verschwendung hingewiesen werden.

Ein interessantes Phänomen ist das Problembewusstsein der Gäste im Urlaub. Während viele Menschen in den eigenen vier Wänden durchaus auf den Verbrauch von Wasser und Energie achten, wird dies außerhalb der eigenen vier Wände gerne vernachlässigt.

Aushänge in den Zimmern können das Bewusstsein vieler Gäste für den sparsamen Verbrauch von Wasser und Strom aufrecht erhalten. Im Zimmer gilt es, Gäste auf die versteckten Verbräuche hinzuweisen.

Die wohl am weitesten verbreitete Möglichkeit Gäste einzubinden besteht über den Hinweis zum **Handtuchwechsel**. Fordern Sie Ihre Gäste auf, die Handtücher auf den Boden zu legen, wenn diese ausgewechselt werden sollen. Ein tägliches Wechseln wird in den meisten Fällen von den Gästen nicht verlangt. Bringen Sie dazu ein gut sichtbares Schild im Zimmer an oder stellen Sie Info-Kärtchen im Zimmer aus. So kann ein 100-Zimmer-Hotel ca. 270.000 Liter Wasser pro Jahr sparen, wenn auf den täglichen Bettwäsche- und Handtuchwechsel verzichtet wird.



Gleiches gilt für den **Warmwasserverbrauch** des Gastes. Folgende Tipps können Sie hier geben:

- Bereits beim Zähneputzen können Sie helfen. Den Wasserhahn zuzudrehen kann mehrere Liter Wasser einsparen.
- Wasser stellt ein sehr kostbares aber leider auch knappes Gut dar. Vielleicht genießen Sie ja mal eine Dusche anstatt eines Vollbads und sparen somit bis zu zwei Drittel des Wasserverbrauchs.
- Shampoo und Duschmittel belasten das Abwasser unnötig. Eine sparsamere Verwendung schont die Umwelt und Ihren Geldbeutel.

Auch im Bereich **Klimaanlage und Heizung** können Sie Ihre Gäste aktiv informieren und richtiges Verhalten erreichen. Weisen Sie Ihre Gäste darauf hin, dass sie bei Benutzung der Anlagen eventuell geöffnete Türen oder Fenster schließen sollten, um so einen effizienten Betrieb und bestmögliche Wirkung zu erzielen.

In Gästezimmern können Sie Ihre Gäste zudem einbeziehen, indem Sie darauf hinweisen, nicht benötigte Lichtquellen und Geräte konsequent auszuschalten. Durch das Abschalten nicht benötigter Stand-by Geräte können schnell bis zu 200 Euro im Jahr eingespart werden.

Vorlagen für Hinweisschilder für Ihre Gäste finden Sie auf unserer Internetseite www.energiekampagne-gastgewerbe.de

Gemeinsam neue Ideen entwickeln

Beziehen Sie interessierte Gäste in Entscheidungen und Diskussionen zu Umweltschutzmaßnahmen ein. Auf diese Weise erhalten Sie eine gute Rückmeldung über erfolgte Maßnahmen und neue Ideen. Zudem geben Sie Ihren Gästen das Gefühl, einen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.

Zum Austausch mit den Gästen können Sie folgende Möglichkeiten anbieten:

- Richten Sie einen monatlichen „Umweltstammtisch“ ein.
- Erfragen Sie die Haltung Ihrer Gäste zu neuen Umweltmaßnahmen in persönlichen Gesprächen.
- Stellen Sie eine „Umwelt-Box“ auf, in der Gäste Ideen zu Umweltmaßnahmen äußern können.
- Sie können auch einen Gästewettbewerb mit der Umwelt-Box verbinden und ein Mal im Jahr die beste Idee auszeichnen.



**Energiekampagne
Gastgewerbe**

Unser Hotel beteiligt sich an der Energiekampagne Gastgewerbe.

Die Energiekampagne Gastgewerbe wird vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband und seinen Landesverbänden und dem Hotelverband Deutschland durchgeführt und vom Bundesumweltministerium unterstützt. Ziel ist es, in den Betrieben der Hotellerie und Gastronomie den Energieverbrauch zu senken und dadurch einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Helfen auch Sie, unsere

Umwelt zu schützen.

Stellen Sie sich vor, wie viel Energie und Wasser jeden Tag unnötigerweise auf der ganzen Welt verbraucht wird, um Hotelhandtücher zu waschen. Doch damit nicht genug. Hinzu kommt noch die Verschmutzung von Seen und Meeren durch chemische Reinigungsmittel.

Die Reduzierung von Müll, Verschmutzung und Emissionen, welche zur globalen Erderwärmung beitragen, ist eine Aufgabe, die wir gemeinsam angehen können.

Badezimmer

✦ Wenn Sie glauben, Ihr Handtuch einen weiteren Tag benutzen zu können, hängen Sie es bitte auf den Handtuchhalter. Wenn Sie es jedoch gerne gewechselt haben möchten, legen Sie es auf den Boden.

✦ Bereits beim Zähneputzen können Sie helfen. Den Wasserhahn zuzudrehen kann mehrere Liter Wasser einsparen.

✦ Wasser stellt ein sehr kostbares aber leider auch knappes Gut dar. Vielleicht genießen Sie ja mal eine Dusche anstatt eines Vollbads und sparen somit bis zu zwei Drittel des Wasserverbrauchs.

✦ Shampoo und Duschmittel belasten das Abwasser unnötig. Eine sparsamere Verwendung schont die Umwelt und Ihren Geldbeutel.

Abbildung: Beispiel für ein Hinweisschild im Badezimmer

ZUSATZINFORMATIONEN

Literatur

Genaue Literaturhinweise zu diesem Energie-Sparblatt sowie ausführliche Informationen zu weiteren Fallbeispielen finden Sie auf der Internetseite der Kampagne.

Fallbeispiele

Seehotel Wiesler in Titisee

Ansprechpartner: Klaus Günther Wiesler

Tel: 07651-98090

info@seehotel-wiesler.de

www.seehotel-wiesler.de

Best Western Premier Hotel Victoria in Freiburg

Ansprechpartner: Herr Späth

Tel: 0761-20734-413

spaeth@victoria.bestwestern.de

www.hotel-victoria.de

Fotonachweis

Parkhotel Waldeck Spa Resort Bad Dürreim (Seite 1),
www.oekostation.de (Seite 3)

Autoren



Rainer Mutschler, Uwe Hübner, Domenica Richter

adelphi

Kontakt

Sie haben noch Fragen? Wir helfen weiter:

Energiekampagne Gastgewerbe

c/o DEHOGA Bundesverband

10873 Berlin

Fon & Fax: 0700-72625242 (12 ct/Minute)

Email: energiekampagne@dehoga.de

www.energiekampagne-gastgewerbe.de

Dieses Energie-Sparblatt wurde mit freundlicher Unterstützung von Hospitable Climates (UK) und Hotel Power (CH) realisiert.

Dieses Projekt wurde gefördert von:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit



Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

3. Auflage: Januar 2011

© 2011 DEHOGA Bundesverband. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise nur mit Genehmigung des DEHOGA.

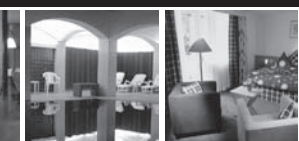
Trends im Umweltbewusstsein der Gäste

Themenblock	Maßnahme	Betrifft meinen Betrieb	Verantwortung	wird be- arbeitet	O.K.
	Auf das gesteigerte Umweltbewusstsein Ihrer Gäste eingehen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Qualität Ihres Angebots fortlaufend steigern	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umweltschutz kommunizieren		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste informieren, was Sie selbst zum Umweltschutz beitragen können	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Über bereits umgesetzte Umweltmaßnahmen im Betrieb informieren	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ihr Kommunikationskonzept		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Grundlegendes Kommunikationskonzept entwickeln (vgl. Abbildung im Energie-Sparblatt)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Worauf sollten Sie achten?		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Aufmerksamkeit der Gäste mit neuen, überraschenden Informationen gewinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Informationen in attraktiver und verständlicher Form vermitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Bei der Kommunikation positive Erfahrungen in den Vordergrund stellen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Darauf achten, dass Informationen nicht belehrend wirken	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Engagement sichtbar machen

Themenblock	Maßnahme	Betrifft meinen Betrieb	Verantwortung	wird be- arbeitet	O.K.
Die Gäste informieren		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Informationsbroschüren zum Umwelten- gagement erstellen und Ihren Gäste über- reichen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Betriebsbesichtigungen anbieten, in denen Informationen zu Energiesparmaßnahmen vermittelt werden	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Energieeinsparungen und alternative En- ergieerzeugung zentral über eine digitale Anzeige darstellen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Verstärkt Produkte aus der Region anbieten	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Eine Informationsmappe mit sympathi- schen, kurzen Portraits Ihrer regionalen Lieferanten auf den Zimmern oder im Re- staurant auslegen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Die Teilnahme an Umweltwettbewerben und das Erreichen von Auszeichnungen sichtbar machen, z. B. an einem schwarzen Brett	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Kurze und prägnante Umweltsätze ver- fassen und gut sichtbar anbringen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Checkliste Energie-Sparblatt 15

Umweltkommunikation & Gästemitwirkung

Themenblock	Maßnahme	Betrifft meinen Betrieb	Verantwortung	wird be- arbeitet	O.K.
Die Mitarbeiter informieren		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mitarbeiter in regelmäßigen Gesprächen zu umweltbewusstem Verhalten motivieren	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pro Abteilung einen Umweltbeauftragten benennen, der für die spezielle Umsetzung des Umweltkonzepts in seiner Abteilung verantwortlich ist	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Trainingsmaterial der Energiekampagne für interne Schulungen kostenfrei anfordern (Email: energiekampagne@dehoga.de, 0700/72625242)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umweltengagement als Marketing-Faktor		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Umweltengagement durch Pressearbeit, Veranstaltungen und Netzwerkbildung kommunizieren	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Bei Umweltdachmarken, wie z.B. Viabono, um die Mitgliedschaft bewerben	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Informationen über regionale Aktivitäten wie Umweltsiegel oder andere Initiativen einholen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Die Möglichkeit einer internationalen Zertifizierung (z. B. EMAS) prüfen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Einführung eines Umweltmanagementsystems prüfen und ggf. Hilfe beanspruchen (http://sutour.ier.uni-stuttgart.de , www.tourbench.info)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Binden Sie Ihre Gäste ein

Themenblock	Maßnahme	Betrifft meinen Betrieb	Verantwortung	wird be- arbeitet	O.K.
Sparen mit Hilfe Ihrer Gäste		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste auf versteckte Verbräuche hinweisen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste auffordern, den Bedarf an Hand- tuch- und Bettwäschewechsel selbstständig anzuzeigen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste zum Reduzieren des Wasserver- brauchs anregen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste darauf hinweisen, für einen effizi- enten Betrieb der Klimaanlage, Türen und Fenster geschlossen zu halten	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste bitten, beim Verlassen des Zimmers das Licht auszuschalten	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Gäste auffordern, Stand-by Geräte am Hauptschalter komplett auszuschalten	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Vorlagen für Hinweisschilder von der Inter- netseite der Energiekampagne herunterla- den	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gemeinsam neue Ideen entwickeln		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Interessierte Gäste in Diskussion und Ent- scheidungen zum Umweltschutz einbezie- hen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Einen monatlichen „Umweltstammtisch“ einrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Die Haltung Ihrer Gäste zu neuen Umwelt- maßnahmen erfragen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Eine „Umwelt-Box“ aufstellen, in der Gäste Ideen zu Umweltmaßnahmen äußern kön- nen	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Besonders gute Gästebeträge prämiieren (beispielsweise im Rahmen eines Wettbe- werbs)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>