

TRANSNATIONALES PROJEKT MIT SÜDTIROL ZUR NACHHALTIGKEIT

ETWAS SCHÖNES, DAS ZUSAMMENHÄLT

Stefanie Huth, Leiterin des vom DEHOGA Brandenburg initiierten transnationalen Projektes „Wissens- und Erfahrungsaustausch im Gastgewerbe“ zu Nachhaltigkeit als Teil moderner Unternehmenskultur, als Leitthema künftiger Projekte und dazu, was von Südtirol zu lernen ist.

GASTGEWERBE ■■■ MAGAZIN: Frau Huth, Mitte März ist das transnationale Projekt des brandenburgischen Gastgewerbes mit Südtirol zur nachhaltigen Unternehmensführung mit einer Abschlusskonferenz in Kleinmachnow zu Ende gegangen. Was hat Sie alle in den zwei Jahren des intensiven Erfahrungsaustauschs bewegt?

Stefanie Huth: Zum Projektstart war nicht absehbar, welche Präsenz das Thema Nachhaltigkeit entwickeln wird. Alle Akteure – Hoteliers, Gastronomen, Touristiker – spüren jetzt, wie es an Bedeutung gewinnt und zur Zukunftsstrategie wird. Insofern wurde unser vom Europäischen Sozialfonds und dem brandenburgischen Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie finanziertes transnationales Projekt zum richtigen Zeitpunkt aufgelegt. Die Erfahrungen erweisen sich schon jetzt als wertvoll. Brandenburg will sich als eine der führenden Naturreise-Destinationen in Deutschland positionieren, da gehört Nachhaltigkeit unweigerlich dazu. Südtirol ist eine Region, die nachhaltiges Wirtschaften seit Jahren mit Konsequenz verfolgt und von der es viel zu lernen gibt. Unsere Partner Johanna Torggler und Alexandra Mair von Südtirol Marketing haben uns interessante Einblicke verschafft. Früher eine Destination für Massentourismus mit einigen gängigen Highlights, vollzog Südtirol die Wende zu Qualität, Authentizität und Regionalität. Alpine Kompetenz wird eingesetzt, Natur und Ressourcen werden geschont, die individuellen Vorzüge der meist kleinen Familienunternehmen herausgearbeitet. Das Angebot orientiert sich jetzt auf ausgewählte Zielgruppen, die das schätzen und zahlen können, nicht mehr auf alle und jeden.

Was in Brandenburg schlechterdings unmöglich wäre.

Sicher lässt sich ein solches Konzept nicht Eins zu Eins übertragen. Aber auch Brandenburg hat eine unglaubliche Natur und das



DEHOGA-Projektleiterin Stefanie Huth wirbt für Nachhaltigkeit.

Gastgewerbe zumeist kleine unternehmergeführte Betriebe. Diese müssen entwickeln, was ihr zu gut neudeutsch Unique Selling Point, ihre Einzigartigkeit und Zukunftsfähigkeit sind. Was unsere Exkursionsteilnehmer in Südtirol besonders beeindruckte, waren die Qualitätsanstrengungen, die unter dem Begriff der „Enkeltauglichkeit“ unternommen werden, das heißt, ein gesundes, nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen an die Nachfolger zu übergeben. Und genau das können unsere Unternehmen nachmachen.

Was passiert da schon?

Unsere Abfragen zu betrieblichen Nachhaltigkeitsaktivitäten brachten vieles zutage – kleinere Schritte wie Verwendung von fair gehandeltem Kaffee, umfassendere Mülltrennung, Austausch von Glühbirnen gegen LED-Lampen, Ökostrom bis zu größeren Vorhaben wie Heizungsumbau, Einsatz von Photovoltaik und E-Mobilen. Lieferketten werden gecheckt, regionale Partnernetzwerke aufgebaut. Nicht nur die ökologische

und ökonomische, auch die soziale Nachhaltigkeit rückt in den Blickpunkt. Ohne die Beschäftigten einzubeziehen, sie zu sensibilisieren, ihnen Verantwortung für das Gelingen zuzuweisen, geht es künftig nicht mehr.

Wie kann das funktionieren, ohne das unternehmerische Konzept zu gefährden?

Auf dem Südtiroler Internetportal www.suedtirol.info/wasunsbewegt/ werden dazu schöne Geschichten erzählt. So die eines Hoteliers aus Corvara, der Profitstreben hinter das Glücksgefühl stellt, das er Gästen und Beschäftigten vermitteln will. Letztere dürfen demokratisch mitentscheiden, wofür erwirtschaftetes Geld investiert wird. Sie stimmten beispielsweise für neue Gästezimmer und einen Küchengarten und gegen eine neue Waschküche. Das Hotel läuft übrigens bestens. Nur humane Werte führen aus der aktuellen Wirtschaftskrise heraus, ist der Südtiroler Hotelier Michil Costa überzeugt. Der Mensch im Mittelpunkt,

diesen zentralen Gedanken der neuen Gemeinwohlökonomie haben wir auch unseren Projektteilnehmern als Botschaft gesandt.

Dennoch wird so manche Unternehmerin, so mancher Unternehmer Nachhaltigkeit als ein neben dem stressigen Alltagsgeschäft schwierig umzusetzendes Thema sehen.

Nachhaltigkeit ist – und auch das ist eine Erfahrung aus dem Projekt – kein Greenwashing sondern ein grundsätzlicher Prozess, der zuerst die innere Einstellung betrifft. Die muss sich wandeln. Bei unserem Südtirol-Besuch hat es eine Hotelinhaberin auf den Punkt gebracht. Sie sagte: „Nachhaltigkeit ist etwas Schönes, das zusammenhält und ständig neue Ideen verlangt.“ Wer das verinnerlicht, kann dann kleinere und größere Schritte gehen, die aufeinander aufbauen. Das ist ein Weg, der voranführt.

Wird es eine Fortsetzung des Projektes geben?

In dieser Form nicht. Solche Projekte sind immer als Impuls zu verstehen und somit einmalig. Aber natürlich werden wir in Brandenburg zum Thema Nachhaltigkeit intensiv weiterarbeiten. Vor allem muss es kommuniziert werden. Es wird in den Erfahrungsaustausch der Wirtestammtische einfließen, in die Brandenburger Gastlichkeit und auf unseren Verbandsveranstaltungen eine zuneh-

mende Rolle spielen. Im Anschluss an das Projekt wird auf unserer Internetseite ein Leitfaden veröffentlicht. Die darin enthaltenen Handlungsempfehlungen zeigen praktisch auf, wie Nachhaltigkeit im Unternehmen umgesetzt und verankert werden kann. Aber Nachhaltigkeit besteht ja nicht nur aus harten Zahlen und Fakten, sondern zeigt den Wandel, dem wir uns stellen müssen. Deshalb ist es auch etwas zutiefst Menschliches.

> **Das Gespräch führte Bettina Erdmann**

PARTNER

Gefördert durch das Ministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Frauen und Familie aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg
Europäischer Sozialfonds – Investition in Ihre Zukunft



Am 18. März fand die Abschlusskonferenz des Transnationalen Projektes „Nachhaltigkeit im Gastgewerbe“ im NH Berlin/Potsdam in Kleinmachnow statt.

Neben einem Projektrückblick durch Andreas Lorenz von PROJECT M, unserem nationalen Projektpartner, und Erfahrungsberichten von Projektteilnehmern, berichteten Alexandra Mair und Johanna Torggler von der SMG – Südtirol Marketing, unserem transnationalen Partner, über aktuelle Entwicklungen, Bilanz und Perspektiven des nachhaltigen Tourismus in Südtirol.

Der Vortrag von Johanna Paul, Organisationsentwicklung & Changemanagement, zur Gemeinwohlökonomie als einem Ansatz zu mehr Nachhaltigkeit sowie der wissenschaftliche Impuls vom nachhaltigen Gastgewerbe zu nachhaltigen Netzwerken und Destinationen durch unseren zweiten nationalen Projektpartner, Prof. Dr. Edgar Kreilkamp von der Leuphana Universität Lüneburg wie auch die Vorstellung durch Olaf Lücke, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Brandenburg, über die Weiterführung des Nachhaltigkeitsprozesses im Gastgewerbe in Brandenburg rundeten die Veranstaltung ab.

Das Projekt hatte eine Laufzeit von zwei Jahren. In Form von Seminaren, Workshops



Olaf Schöpe, Präsident des DEHOGA Brandenburg; Johanna Torggler, Südtirol Marketing; Andreas Lorenz, PROJECT M; Alexandra Mair, Südtirol Marketing; Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, LEUPHANA Universität Lüneburg; Olaf Lücke, DEHOGA Brandenburg (v.l.)

und Coachings auf Betriebsebene erhielten die teilnehmenden Hoteliers und Gastronomen Impulse, Informationen und Instru-

mente zu den drei Säulen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und soziale Nachhaltigkeit.