

Nachhaltigkeit in der Hotellerie



Stand 2015 und aktuelle Themen

2. Monitoringbericht

Impressum

Herausgeber

hotelleriesuisse, Bern

Autorinnen und Autoren

Judith Reutimann, INFRAS

Myriam Steinemann, INFRAS

Thomas von Stokar, INFRAS

Sonja Seiffert, hotelleriesuisse

Projektbegleitung

Markus Baldauf, Accor Gestion Hoteliers & Services SA

René Dobler, Schweizerische Stiftung für Sozialtourismus

Anne DuPasquier, Bundesamt für Raumentwicklung ARE

Klaus Eisele, Hotel Ador Bern

Sonja Seiffert, hotelleriesuisse

Fabian Weber, hotelleriesuisse

Foto Titelseite

IN LAIN Hotel Cadonau, Brail

Bern, April 2016

Mit Unterstützung von Innotour, dem Förderprogramm des Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) zur Förderung von Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus

Inhalt

Impressum	2
Zusammenfassung	5
Warum sich die Hotellerie mit Nachhaltigkeit befasst	12
Teil I: Monitoringindikatoren	14
1. Umwelt	14
Resultate in der Übersicht	14
Die ökologischen Herausforderungen	15
Klima und Energie: Effizienzgewinne auch in der Hotellerie	15
Sorge um Bodenverbrauch als Chance für die Hotellerie	19
Nachhaltige Mobilität: ein ambivalentes Thema in der Hotellerie	20
Nachhaltige Beschaffung als wichtiger Ansatzpunkt für ökologische Verbesserungen	22
2. Wirtschaft	28
Resultate in der Übersicht	28
Die wirtschaftlichen Herausforderungen	29
Schwieriges Umfeld drückt auf Wirtschaftlichkeit	30
Beschäftigung sinkt leicht	33
Strukturwandel schreitet voran	36
Bauinvestitionen ziehen an	38
3. Gesellschaft	39
Resultate in der Übersicht	39
Die gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen	40
Bildung als Basis für Qualität in der Schweizer Hotellerie	41
Arbeitsbedingungen trotz schwierigem Umfeld gehalten	45
Gesundheit und Sicherheit zeigen kaum Fortschritte	46
Chancengleichheit als Grundanforderung in einer heterogenen Branche	47
Vielfalt für vielfältige Gäste	49
4. Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung	51
Resultate in der Übersicht	51
Nachhaltigkeit als übergreifendes Konzept	52
Nachhaltige Unternehmensführung: Basis für Entwicklung in allen Nachhaltigkeitsdimensionen	52
Qualität und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand	54

Teil II: Fokus auf zwei aktuelle Nachhaltigkeitsthemen	56
5. Fokus Food Waste	57
6. Fokus Barrierefreiheit	72
Fazit	85
Literatur	89
Anhang: Umfrageteilnehmende und Repräsentativität	93

Zusammenfassung

Einführung

Die Hotellerie ist vielfältigen ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen unterworfen. Klimawandel, Druck auf sensible Landschaften, hoher Wettbewerbs- und Konkurrenzdruck, Frankenstärke und neue Gästebedürfnisse betreffen die Hotellerie ganz direkt.

hotelleriesuisse hat die Herausforderungen erkannt. Als Mitunterzeichnerin der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus strebt sie eine Entwicklung an, welche wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, ökologische Verantwortung und gesellschaftliche Solidarität gleichermaßen berücksichtigt. Seit 2013 hat hotelleriesuisse ein Nachhaltigkeitsmonitoring installiert, das für alle Dimensionen der Nachhaltigkeit aufzeigt, wo die Schweizer Hotellerie steht.

Mit dem nun vorliegenden zweiten Monitoringbericht schreibt hotelleriesuisse das Monitoring fort und zeigt die Entwicklung der Branche in den letzten Jahren auf. Neben diesem breiten Blick auf ökologische, wirtschaftliche und soziale Themen legt der Bericht einen thematischen Schwerpunkt auf zwei sehr unterschiedliche, spezifische Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung. In der ökologischen Dimension befasst sich hotelleriesuisse mit der Problematik des Food Waste, also mit Nahrungsmitteln, die verloren gehen, verderben oder weggeworfen werden. Auf der gesellschaftlichen Ebene liegt der Fokus auf einem wichtigen Aspekt der Gleichstellung, nämlich der Barrierefreiheit. In der Hotellerie werden darunter Angebote verstanden, die Menschen mit Behinderungen ungehindert nutzen können. Um diese beiden Aspekte vertieft zu beleuchten, führte hotelleriesuisse eine Online-Umfrage unter ihren Mitgliedern durch. 192 Hotels nahmen an dieser Umfrage teil.

Entwicklungen in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft: ein durchzogenes Bild

Das Nachhaltigkeitsmonitoring für die Schweizer Hotellerie zeichnet nebst den thematischen Schwerpunkten ein umfassendes Bild zu Stand und Entwicklung ausgewählter Kenngrössen in ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Belangen. Die Entwicklung der analysierten Kenngrössen seit 2008 zeigt insgesamt ein durchzogenes Bild mit beträchtlichen Unterschieden zwischen den drei Nachhaltigkeitsdimensionen.

Abbildung Z-1: Entwicklung der Indikatoren seit 2008

	Umwelt	Wirtschaft	Gesellschaft	Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung
Positiver Trend 	Treibhausgasemissionen pro Logiernacht Anzahl Solarhotels	Anzahl Neueintragungen und Löschungen	Erwerbstätige nach Ausbildungsstufen	Zertifizierung oder Label für Umwelt- oder Nachhaltigkeitsleistungen Anteil QIII-Gütesiegel
Konstanter oder leicht positiver Trend 	Energieeinsatz pro Logiernacht Nachhaltige Beschaffung Anteil erneuerbare Energien Verkehrsmittelwahl bei Reisen mit Übernachtung	Arbeitsproduktivität Reale Bauaufwendungen Anzahl Betten pro Betrieb Arbeitslosenquote	Hotels mit Spezialisierungen Absenzenquote Monatlicher Bruttolohn Mindestlöhne	Klassierte Betriebe
Leicht negativer Trend 		Bruttowertschöpfung	Berufsunfälle Neu eröffnete Lehrverhältnisse Überstundenquote Gastgewerbe	
Negativer Trend 		Bruttobetriebsgewinn Nettobettenauslastung Beschäftigte Vollzeitäquivalente	Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern	

Grafik INFRAS.

Entwicklung der Indikatoren für Umwelt, Wirtschaft, Gesellschaft und Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung in Richtung nachhaltige Entwicklung seit 2008 (in Einzelfällen Trendentwicklung für einen längeren oder kürzeren Zeitraum). Nicht dargestellt ist das Niveau der Kenngrößen.

Umwelt: Die Richtung stimmt

Sämtliche Umweltkennzahlen zeigen in die gewünschte Richtung. Die Klima- und Energiekennzahlen zeugen von mehr Effizienz und geringerem Einsatz von fossilen Energien. Massnahmen zur ökologischen Beschaffung und zur ökologischen Mobilität werden von den Hoteliers ergriffen und können dazu beitragen, die Umweltbelastungen insgesamt zu reduzieren. Allerdings ist zu bedenken, dass sich die insgesamt positive Entwicklung nur zum Teil auf aktives Umweltenagement der Hotellerie zurückführen lässt. So sind etwa sinkende Treibhausgasemissionen oder Energieverbräuche pro Logiernacht nicht zwingend auf entsprechende Massnahmen zurückzuführen, sondern können auch auf eine bessere Auslastung zurückzuführen sein. Denn

Effizienzsteigerungen fallen im gut ausgelasteten Betrieb im Allgemeinen leichter als in einem Betrieb mit schwacher Auslastung.

Zudem ist zu bedenken, dass diese erfreulichen Entwicklungen oft auf tiefem Niveau stattfinden. So sind die Treibhausgasemissionen zwar zurückgegangen, aber langsamer als angestrebt, wenn man die Schweizer Treibhausgasziele als Referenz nimmt. Viele Entwicklungen betreffen zudem nur ein spezifisches Segment der Hotellerie (z. B. die Solarhotels) und machen keine Aussage über die gesamte Branche. Weitergehende Anstrengungen sind also wünschbar, damit sich der positive Trend weiterentwickelt und relevante Umweltverbesserungen bewirken kann.

Wirtschaft: Zunehmend hartes wirtschaftliches Umfeld drückt auf betriebliche Kennzahlen

Die Kennzahlen in der wirtschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit zeigen ein gemischtes Bild. Weltweite konjunkturelle Schwankungen und die Frankenstärke machten sich im Tourismus und in der Hotellerie in den betrieblichen Kennzahlen negativ bemerkbar. So zeigen Auslastung, Wertschöpfung und Gewinne im Vergleich zu 2008 nach unten. Zu bedenken ist zwar, dass das Stichjahr 2008 ein für die Hotellerie sehr erfolgreiches Jahr war, was die Zahlen der letzten Jahre in einem schlechteren Licht erscheinen lässt. Dennoch ist die Grosswetterlage insgesamt durchzogen. Die Rahmenbedingungen haben sich für die Exportwirtschaft mit den jüngsten Entwicklungen wie der Annahme der Masseneinwanderungsinitiative 2014, der Aufhebung des Euro-Mindestkurses 2015 und allgemein mit den aktuellen geopolitischen Verwerfungen verschlechtert und stellen die Hotellerie vor grosse Herausforderungen.

Die schon seit längerer Zeit andauernden strukturellen Anpassungen gehen weiter voran: Betriebsgrössen und Arbeitsproduktivität nehmen weiter zu, die Beschäftigtenzahlen gehen seit 2000 kontinuierlich zurück, die Bauinvestitionen ziehen an. Der Strukturwandel dürfte damit aber noch nicht abgeschlossen sein. Die Hotellerie ist weiter gefordert, die Angebotsstruktur den Marktbedürfnissen anzupassen, zumal sich die Verschiebungen im Marktportfolio der Schweiz zugunsten der Fernmärkte fortsetzen dürften.

Gesellschaft: Niveau gehalten, aber wenig Spielraum für Verbesserungen

Als wichtige Arbeitgeberin vor allem in den Tourismusregionen hat die Hotellerie eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden. Gute Arbeitsbedingungen sind eine Voraussetzung, um langfristige Beziehungen zu den Mitarbeitenden aufzubauen und damit eine hohe Qualität der Leistungen sicherzustellen.

Insgesamt ist die Dynamik im gesellschaftlichen Bereich gering, die meisten Kennzahlen entwickeln sich nur sehr langsam. So sind etwa bei den Löhnen, dem Ausbildungsniveau und den Weiterbildungsaktivitäten seit 2008 leicht positive Entwicklungen auszumachen, während

die Kennzahlen zur Mitarbeitergesundheit eher stagnieren oder leicht schlechter werden. Auch die Lohnunterschiede zwischen Mann und Frau, ein wichtiger Aspekt der Chancengleichheit, haben in dieser Periode leicht zugenommen.

Insgesamt lässt sich konstatieren, dass die schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen und der andauernde Strukturwandel wenig Spielraum für Verbesserungen in der Beziehung zu den Mitarbeitenden zulassen. Im Vergleich zum gesamten Dienstleistungssektor schneidet die Hotellerie denn auch in den meisten Belangen weniger gut ab. Dabei darf aber nicht vergessen werden, dass die Hotellerie eine wichtige gesellschaftliche Rolle wahrnimmt, etwa indem sie überdurchschnittlich viele Menschen mit tiefem Bildungsstand beschäftigt oder in Randregionen Wertschöpfung und Arbeitsplätze für Zulieferer generiert.

Food Waste: Viel Verbesserungspotenzial, das besser ausgeschöpft werden kann

Rund ein Drittel aller in der Schweiz produzierten Lebensmittel geht auf dem Weg zwischen Feld und dem Konsumenten verloren oder wird verschwendet. Vermeidbare Lebensmittelabfälle verursachen nicht nur Mehrkosten, sondern bringen eine Reihe von Umweltbelastungen mit sich, etwa unnötige Landnutzung, Wasserverbrauch und Treibhausgasemissionen. Diese Belastungen könnten stark reduziert werden, wenn Nahrungsmittel besser genutzt würden.

Etwa 12 Prozent des Food Waste in der Schweiz oder umgerechnet rund 260 000 Tonnen der Lebensmittelabfälle fallen in der Food-Service-Branche an, zu der auch die Hotelgastronomie gehört (United Against Waste 2015c).

Die Hotellerie ist sich der Problematik zunehmend bewusst. Für die meisten Hotels ist Food Waste ein Thema, viele Hoteliers sind grundsätzlich für das Thema sensibilisiert. Dennoch gehen erst wenige Hotels das Thema Food Waste systematisch und umfassend an. Es scheint so, dass sowohl die anfallenden Mengen an Food Waste als auch das Potenzial, diese Abfälle zu reduzieren, vielfach unterschätzt werden. Überall dort, wo als erster Schritt Lebensmittelabfälle systematisch getrennt, gewogen oder gemessen und dann darauf aufbauend Massnahmen entwickelt wurden, konnten zum Teil beträchtliche Einsparungen erzielt werden. Es zeigt sich zudem, dass eine Vielzahl von Einzelmassnahmen in der Hotelgastronomie und ein hohes Engagement der Angestellten nötig sind, damit Lebensmittelabfälle reduziert werden. Diese Massnahmen beginnen bei der Menüplanung und beim Einkauf, setzen sich fort bei der Zubereitung der Speisen, der Gestaltung der Speisekarte und der Portionengrösse bis hin zur Verwertung von Abfällen. Sensibilisierung und Einbezug der Mitarbeitenden in der Küche und im Service sind dazu ein Schlüssel zum Erfolg.

Insgesamt liegt hier noch viel Potenzial brach, das besser ausgeschöpft werden kann. Denn im Unterschied zu vielen anderen ökologischen Verbesserungen sind Massnahmen zur Reduktion der Lebensmittelabfälle nicht mit Mehrkosten und Investitionen verbunden.

Im Gegenteil: Ökologische Verbesserungen gehen Hand in Hand mit Kosteneinsparungen und lohnen sich für alle Betriebe.

Die wichtigsten Handlungsmöglichkeiten zur Reduktion von Food Waste

- **Bewusstsein für Food Waste schaffen:** Lebensmittelabfälle messen oder wägen, Mitarbeitende in Küche und Service, aber auch Gäste sensibilisieren und informieren, Weiterbildungen für Mitarbeitende ermöglichen.
- **Food Waste vermeiden oder vermindern:** Menuplanung, Einkauf und Lagerbestände optimieren. Das Angebot so gestalten, dass weniger Food Waste anfällt, etwa mittels kleinerer Speisekarte, Alternativen zu Buffets und optimierter Portionsgrößen.
- **Food Waste verwerten oder weitergeben:** Reste bei späteren Menus oder für Personalesen verwenden, vorrätige Lebensmittel an wohltätige Organisationen weitergeben.
- **Food Waste recyceln anstatt entsorgen:** Kreisläufe schliessen durch Kompostieren oder durch Zuführen zu einer Biogasvergärung.

Barrierefreiheit: Die Behindertengleichstellung wird noch zu wenig gefördert

Die Gleichstellung und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens ist ein wichtiges Ziel, das in der Schweiz auch gesetzlich verankert ist. Als Erbringerin von Dienstleistungen für die Öffentlichkeit trägt die Hotellerie eine Mitverantwortung, die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen voranzutreiben. Unter Barrierefreiheit in der Hotellerie werden Angebote verstanden, die Menschen mit Behinderungen ungehindert nutzen können. Davon profitieren auch Gäste mit speziellen Bedürfnissen wie z. B. ältere Menschen mit Gehschwächen oder Personen mit Kleinkindern im Kinderwagen.

Das Marktpotenzial von barrierefreien Angeboten ist für die Schweizer Hotellerie von Bedeutung, auch weil es aufgrund der demografischen Entwicklung in Zukunft mehr Senioren und Seniorinnen geben wird, die davon profitieren können. Die hohe Qualität der Infrastruktur und der gut ausgebaute öffentliche Verkehr in der Schweiz bieten grundsätzlich gute Voraussetzungen für den barrierefreien Tourismus.

Der Stellenwert von Barrierefreiheit in der Hotellerie ist in der Schweiz noch nicht sehr hoch. Weniger als die Hälfte der Betriebe erachten das Thema Barrierefreiheit für sie als relevant, nur wenige setzen sich Ziele zur Verbesserung der Barrierefreiheit. Vielfach ist der Handlungsspielraum aus Sicht der Hoteliers beschränkt, da Umbauten mit hohen Kosten verbunden oder aufgrund der historischen Bausubstanz kaum möglich sind. Für Menschen, die auf vollständig barrierefreie Übernachtungsangebote angewiesen sind, ist das Angebot dementsprechend gering.

Ein grosser Handlungsspielraum besteht in der Information und Kommunikation und in der Vermittlung ergänzender Angebote für Gäste mit besonderen Bedürfnissen. Nur gerade

17 Prozent der befragten Hotels platzieren auf der Website Informationen zu Zugänglichkeit und Eignung ihres Hotels für Menschen mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen. Das Fehlen von Informationen ist deshalb neben der baulichen Zugänglichkeit eine weitere grosse Hürde, die sich mit geringem Aufwand abbauen liesse. Weiter ist die Zusammenarbeit von Hoteliers untereinander sowie mit Behindertenorganisationen und Tourismusdestinationen zentral, um den Gästen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen die Suche nach passenden Angeboten zu erleichtern.

Die wichtigsten Handlungsmöglichkeiten im Bereich der Barrierefreiheit

- **Über Barrierefreiheit informieren, sensibilisieren und Zugänglichkeit der Information sicherstellen:** Website barrierefrei gestalten, Eignung des Hotels für Menschen mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen transparent machen. Personal entsprechend schulen und sensibilisieren.
- **Bauliche Massnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit ergreifen:** Soweit möglich öffentliche Bereiche und Gästezimmer behindertengerecht nach SIA 500 optimieren.
- **Barrierefreiheit im Betrieb mit ergänzenden Massnahmen optimieren:** z. B. Abholservice und spezielle Dienstleistungen im Hotel ermöglichen, Sicherheitskonzepte und Beschriftungen optimieren.
- **Über den Betrieb hinaus barrierefreies Angebot verbessern:** Zusammenarbeit mit Organisationen zur Förderung der Barrierefreiheit pflegen und geeignete Freizeitangebote vermitteln.

Fazit

Der zweite Monitoringbericht zur Nachhaltigkeit in der Hotellerie bestätigt im Wesentlichen die Entwicklungen, die schon im ersten Bericht 2014 erkennbar waren. Die damals ersichtlichen Trends haben sich fortgesetzt und können teilweise mit neuen, besseren Daten untermauert werden.

Insgesamt bestätigt sich, dass die Entwicklungen langsam verlaufen. Das Gesamtbild ist facettenreich und in allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen nicht allzu dynamisch. Grosse Sprünge oder Ausschläge in die eine oder andere Richtung treten nicht auf. Schwankungen der Kennzahlen sind, sofern sie auftreten, meist auf konjunkturelle Bewegungen zurückzuführen. Dies bedeutet aber nicht, dass auf einzelbetrieblicher Ebene nicht einiges getan würde. Vielmehr zeigt sich in der Nische Bewegung. Eine wachsende Anzahl von Betrieben zeigt ein hohes ökologisches und soziales Engagement und betrachtet diese Dimensionen der Nachhaltigkeit als wichtige Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit. Auch zeigt sich, dass viele Betriebe bereit sind, neue Themen aktiv anzugehen und innovative Lösungen zu entwickeln. Die verschiedenen Praxisbeispiele im Umgang mit Food Waste bzw. zur Förderung der Barrierefreiheit zeugen davon.

Nachhaltige Entwicklung bedeutet ein permanentes Abwägen zwischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielsetzungen. Zwischen diesen Dimensionen bestehen teilweise Zielkonflikte, aber auch viele Synergien. Einerseits setzen harte wirtschaftliche Rahmenbedingungen der Verbesserung der Arbeitsbedingungen enge Grenzen. Andererseits können Hoteliers durch den Einsatz energieeffizienter Geräte oder dank Massnahmen zur Reduktion von Lebensmittelabfällen die Ressourceneffizienz steigern und Kosten senken. Gute Arbeitsbedingungen und zufriedene Mitarbeitende sind für die Gäste direkt spürbar und können sich positiv aufs Betriebsergebnis auswirken. Es gilt, solche Synergien verstärkt zu erkennen und zu nutzen.

Erfreulich ist, dass sich die Entwicklung in Richtung höhere Qualität fortsetzt. Eine wachsende Anzahl von Betrieben verfügt über ein anerkanntes Qualitätsmanagementsystem und ist gut gerüstet, Qualität umfassend in sämtliche Geschäftsprozesse zu integrieren. Angesichts der fordernden Rahmenbedingungen muss die Branche künftig noch mehr auf Innovation und Qualität setzen. Qualität ist nicht nur Basis für wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch Grundlage für gesellschaftliche und ökologische Verbesserungen. Wenn Nachhaltigkeitsleistungen als Qualitätsmerkmal etabliert sind, können diese auch honoriert werden. Denn vielen Gästen sind Nachhaltigkeit und die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Reise zunehmend wichtig.

Und nicht zuletzt bietet der Strukturwandel in der Hotellerie auch Chancen: Gerade Veränderungsprozesse bieten die Möglichkeit, auf neue Gästebedürfnisse einzugehen, innovative Lösungen für neue Themen zu entwickeln und gleichzeitig einen ökologischen und sozialen Mehrwert zu schaffen.

Warum sich die Hotellerie mit Nachhaltigkeit befasst

Fortschreitende Globalisierung, Währungsrisiken, Klimawandel, künftige Energieversorgung, Landschaften unter Druck, strukturelle Defizite und stagnierende Beschäftigung: Die Herausforderungen der Hotellerie sind vielfältig, überlappend und betreffen alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen – Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft.

hotelleriesuisse strebt als Mitunterzeichnerin der Nachhaltigkeits-Charta des Schweizer Tourismus eine Entwicklung an, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, ökologische Verantwortung und gesellschaftliche Solidarität gleichermaßen berücksichtigt. Seit längerem engagiert sich der Branchenverband in unterschiedlichen Bereichen für eine nachhaltige Entwicklung, etwa für mehr Energieeffizienz in der Hotellerie oder für Fairtrade-Produkte in der Hotelgastromie. Mit dem vorliegenden Bericht gibt hotelleriesuisse zum zweiten Mal das Monitoring der Nachhaltigkeit in der Hotellerie heraus. Dieses soll verschiedenen Akteuren als Grundlage für Optimierungen dienen, allen voran den Hoteliers selbst.

Referenzrahmen für das Monitoring bildet die Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012 bis 2015 des Schweizer Bundesrates (Bundesrat 2012). Demnach ist eine Entwicklung nachhaltig, wenn sie gewährleistet, dass die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt werden, ohne dabei die Möglichkeiten künftiger Generationen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse zu beeinträchtigen («Brundtland-Definition»).

Das Monitoring zeigt, wie sich ausgewählte Nachhaltigkeitsindikatoren in den Dimensionen Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft entwickelt haben, was sich seit dem ersten Monitoring im Jahr 2013 geändert hat und wo die Hotellerie heute steht. Dabei betrachtet das Monitoring insbesondere die Entwicklung seit dem Referenzjahr 2008. Damals florierte die Beherbergung, seither haben sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verschlechtert. Daher ist bei einigen Indikatoren kurzfristig nicht mit positiven Entwicklungen zu rechnen. Andererseits kann der Höhepunkt im Jahr 2008 auch als Wendepunkt betrachtet werden, von dem aus die langfristige Entwicklung nachhaltiger – und somit stabiler – weitergehen soll.

Auch im zweiten Monitoring hat hotelleriesuisse zu zwei Schwerpunktthemen eine Online-Umfrage durchgeführt. Mit dem Thema Food Waste widmet sich die Umfrage einem aktuellen ökologischen Thema, das die Hotelgastronomie betrifft. Das zweite Thema befasst sich mit einem Aspekt des sozialen Engagements, der Barrierefreiheit in der Hotellerie. Die Umfrage zeigt, welchen Stellenwert diese Themen bei den Hoteliers haben, welche Massnahmen sie ergreifen und welche Handlungsmöglichkeiten bestehen. Illustriert werden die Resultate der Umfrage mit ausgewählten Beispielen aus der Praxis.

Die Kapitel 1 bis 4 zeigen Stand und Entwicklung von wichtigen Kenngrössen in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit auf und stellen diese in den Kontext zu den Entwicklungen in

der Gesamtwirtschaft. Die Themen nachhaltiger Mobilität und Beschaffung, die beim ersten Monitoringbericht im Fokus standen, werden unter den ökologischen Herausforderungen (Kapitel 1) wieder aufgegriffen. Zu diesem Zweck wurden ausgewählte Fragen der Umfrage des ersten Monitorings in der aktuellen Umfrage wiederholt.

hotelleriesuisse beabsichtigt, das Monitoring regelmässig weiterzuführen. Damit wird auch künftig ersichtlich sein, wo die Hotellerie in Sachen Nachhaltigkeit steht und wohin sie geht.

Teil I: Monitoringindikatoren

1. Umwelt

Resultate in der Übersicht

Die Trends im Umweltbereich zeigen in die richtige Richtung. Die Treibhausgasemissionen pro Logiernacht sinken und die Hotellerie setzt verstärkt auf erneuerbare Energien. Die Verbesserungen verlaufen jedoch langsam.

Alle Umweltkennzahlen zeigen in die gewünschte Richtung. Vor allem Klima- und Energiekennzahlen deuten auf mehr Effizienz und weniger fossile Energien hin. Diese insgesamt positive Entwicklung seit 2008 lässt sich aber nur zum Teil auf aktives Engagement der Hotellerie zurückführen, denn die Kenngrößen im Umweltbereich bilden auch das Umfeld ab, in dem sich die Hotellerie bewegt. So sind sinkende CO₂-Emissionen pro Logiernacht nicht nur Ausdruck der geringeren Treibhausgasemissionen, sondern auch der Anzahl Logiernächte, die im gleichen Zeitraum gestiegen ist. Effizienzsteigerungen fallen im gut ausgelasteten Betrieb im Allgemeinen leichter als in einem Betrieb mit schwacher Auslastung. Auch äussere Faktoren wie die Temperaturen im Winter können eine Rolle spielen.

Im Unterschied zum ersten Monitoring liegen aktuellere Klima- und Energiekennzahlen für die Beherbergung vor. Diese Kennzahlen zeigen, dass in den letzten zwei Jahren – seit dem ersten Monitoring – eine leicht positive Entwicklung stattgefunden hat. Bei wichtigen Umweltthemen wie Bodenverbrauch, Wasserverbrauch, Abfälle, Mobilität und nachhaltige Beschaffung lässt sich der Beitrag der Hotellerie weiterhin nur schlecht abbilden. Daher können kaum Aussagen zu Veränderungen gemacht werden.

Tabelle 1 zeigt eine Übersicht über Entwicklung und Datenverlauf der verfügbaren Kenngrößen im Umweltbereich.

Bereich Umwelt	Entwicklung seit 2008	Datenverlauf 2008 bis 2013
Klima und Energie		
Treibhausgasemissionen pro Logiernacht		
Energieeinsatz pro Logiernacht		
Anteil erneuerbare Energien in der Beherbergung		
Anzahl Solarhotels	 seit 2012	
Mobilität		
Verkehrsmittelwahl Reisen mit Übernachtungen in der Schweiz	 seit 2000	Leichter Anstieg des ÖV-Anteils
Nachhaltige Beschaffung		
Nachhaltige Beschaffung	 seit 2013	Konstant

Tabelle 1 Entwicklung und Datenverlauf der Indikatoren im Bereich Umwelt in Richtung Nachhaltigkeit. Die Entwicklung seit 2008 (resp. seit anderen Jahren, wo speziell vermerkt) ist dargestellt durch Wettersymbole:

 Sonne: positive Entwicklung.  Sonne mit Wolke: konstante oder leicht positive Entwicklung.  Wolke: leicht negative Entwicklung.  Regenwolke: negative Entwicklung. Ein absteigender Datenverlauf kann je nach Kennzahl auch positiv gewertet werden und umgekehrt (z. B. Abnahme der Treibhausgasemissionen ist eine positive Entwicklung).

Die ökologischen Herausforderungen

Klimawandel, fortschreitender Bodenverbrauch, Verlust von intakten Landschaften und Artenvielfalt, zunehmende Mobilität: Diese Probleme betreffen die gesamte Schweiz und in besonderem Mass den Tourismus. Das touristische Verkehrsaufkommen belastet die Umwelt, ebenso beeinflussen touristische Infrastrukturen, der Bau von Unterkünften und verschiedene Tourismusaktivitäten das Landschaftsbild. Gleichzeitig ist der Tourismus mehr als andere Branchen darauf angewiesen, dass Landschaftsbilder geschützt und in ihrer Vielfalt erhalten werden. Als Nutzniesser und als Mitverursacher trägt der Tourismus als Ganzes eine Mitverantwortung, die ökologischen Herausforderungen anzugehen.

Die Hotellerie kann nicht auf alle ökologischen Aspekte direkt Einfluss nehmen. Dennoch hat sie Handlungsspielräume, sei es im einzelnen Betrieb oder gemeinsam mit anderen touristischen Leistungserbringern in der Region. Für den schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen sprechen oft auch ein wachsendes Bedürfnis vieler Gäste nach ökologischen touristischen Dienstleistungen sowie finanzielle Gründe.

Klima und Energie: Effizienzgewinne auch in der Hotellerie

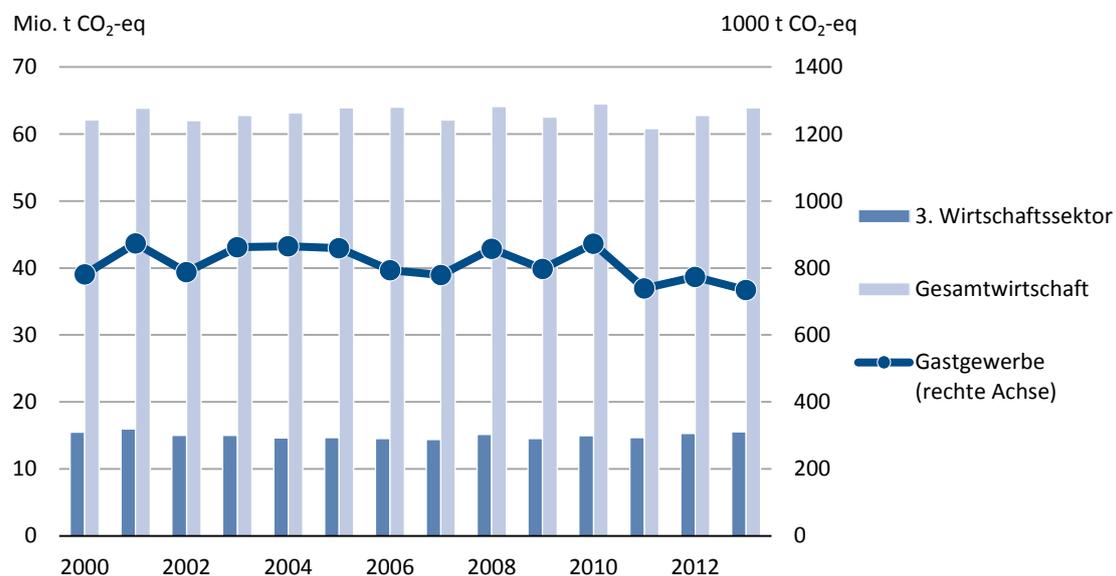
Der Tourismus ist weltweit für rund 5 Prozent der CO₂-Emissionen verantwortlich. Drei Viertel der Emissionen fallen bei der An- und Abreise und hauptsächlich beim Flugverkehr an, rund ein Fünftel direkt in der Beherbergung (SECO/Unibe 2011).¹ Der Anteil des Tourismus und insbe-

¹ Berechnung nach UNWTO & UNEP für 2005 resp. nach Scott et al. 2010 für 2010. In SECO/Unibe 2011.

sondere auch der Beherbergung an den globalen Treibhausgasemissionen dürfte aufgrund des prognostizierten starken Wachstums des Tourismus weiter stark ansteigen.²

In der Schweiz verursacht das Gastgewerbe, also Beherbergung und Gastronomie zusammen, 5 Prozent der Treibhausgasemissionen des Dienstleistungssektors und rund 1 Prozent der gesamten Wirtschaft (BFS 2015, Umweltgesamtrechnung). Seit 2000 haben die Emissionen im Gastgewerbe um 6 Prozent abgenommen (Abbildung 1). Ein beträchtlicher Teil dieser Reduktionen dürfte auf die stagnierende wirtschaftliche Entwicklung im Gastgewerbe zurückzuführen sein.

Abbildung 1: Treibhausgasemissionen Gastgewerbe, 3. Wirtschaftssektor und Gesamtwirtschaft



Grafik INFRAS.

Total Treibhausgasemissionen (inkl. Verkehr) seit 2000 für das Gastgewerbe (CO₂-Äquivalente in 1000 Tonnen), den 3. Wirtschaftssektor und die Gesamtwirtschaft (CO₂-Äquivalente in Mio. Tonnen). Nicht berücksichtigt sind Emissionen, die durch die Produktion von importierten Gütern entstehen. Datenquelle: Bundesamt für Statistik 2015, Umweltgesamtrechnung.

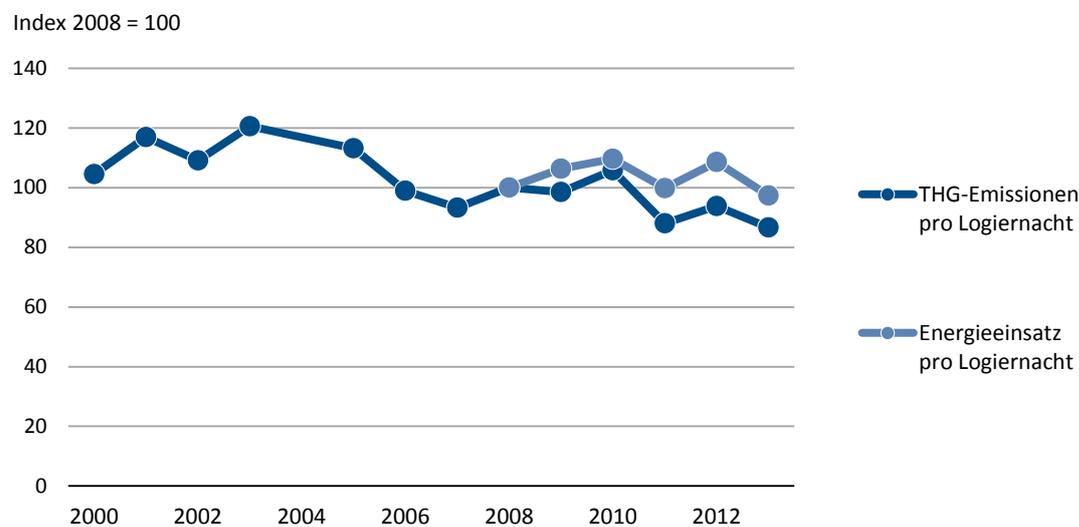
Die durchschnittlichen **CO₂-Emissionen pro Logiernacht** sind in der Schweizer Hotellerie seit 2002 leicht rückläufig (Abbildung 2). Treibhausgasbilanzen einzelner Hotelbetriebe zeigen, dass pro Logiernacht sehr unterschiedlich hohe Treibhausgasemissionen entstehen. Das Spektrum ist sehr breit und reicht von 6 kg Treibhausgasen pro Logiernacht bei ökologisch vorbildlichen Betrieben bis über 60 kg Treibhausgase pro Logiernacht (SJH 2013). Am tiefsten sind die Emissionen bei einfachen Hotels (z. B. Swiss Lodge), während etwa 5-Sterne-Betriebe deutlich mehr

² Für die Schweizer Tourismusbranche liegen keine entsprechenden Prognosen vor.

Strom und Wärme pro Logiernacht verbrauchen. Dies schlägt sich dann in der Treibhausgasbilanz nieder.

Im Unterschied zu der gesamten Wirtschaft und dem Dienstleistungssektor haben sich die Emissionen im Gastgewerbe und in der Beherbergung in die gewünschte Richtung entwickelt. Vom Ziel der Schweiz, die Treibhausgasemissionen bis 2030 gegenüber 1990 zu halbieren (BAFU 2015)³, ist aber auch das Gastgewerbe noch weit entfernt.

Abbildung 2: Treibhausgasemissionen und Energieverbrauch pro Logiernacht in der Beherbergung



Grafik INFRAS.

Entwicklung der Treibhausgasemissionen der Beherbergung (NOGA 55) pro Logiernacht seit 2008 (kg CO₂-Äquivalente/Logiernacht) und totaler Energieeinsatz (Strom und Wärme) in der Beherbergung pro Logiernacht (MJ/Logiernacht) (Index 2008 = 100). Nicht berücksichtigt sind Treibhausgasemissionen, die durch die Produktion von importierten Gütern entstehen. Die Berechnungen basieren auf Daten von BFS 2015b, Umweltgesamtrechnung, und BFS 2015, Beherbergungsstatistik HESTA, BFS 2015d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung und Anteil erneuerbare Energien im Strommix Schweiz (BFE 2014).

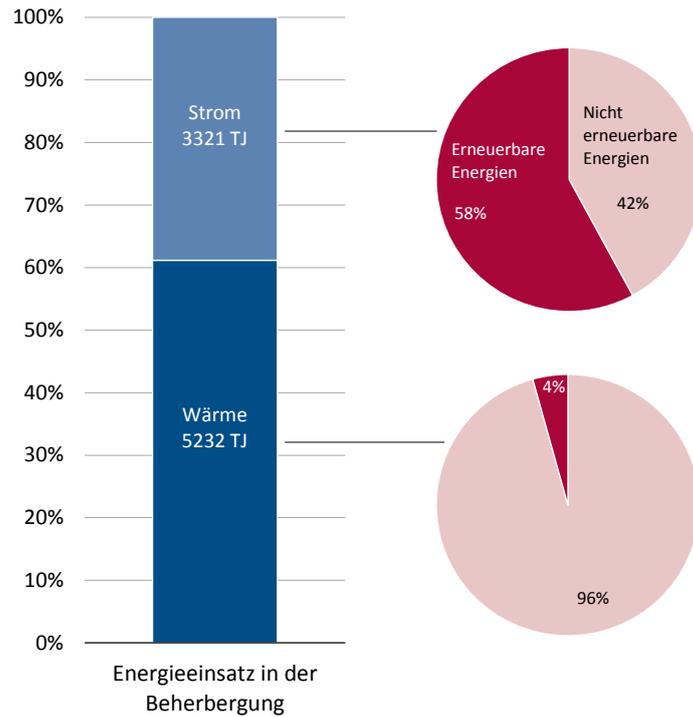
Der **Energieverbrauch pro Logiernacht** war seit 2008 Schwankungen unterworfen und liegt 2013 wieder etwa auf dem Niveau von 2008 (Abbildung 2). Ein klarer Trend ist nicht ersichtlich. Der zwischenzeitliche Anstieg nach 2008 ist darauf zurückzuführen, dass der totale Energieeinsatz zugenommen hat, bei gleichzeitig sinkender Anzahl Logiernächte.

Der Energieeinsatz in der Beherbergung beträgt 8553 Terajoule im Jahr 2013 und besteht zu 39 Prozent aus Strom und 61 Prozent aus Wärme. In Schweizer Hotelbetrieben verursachen Wärmeerzeugung und Stromverbrauch zusammen rund 70 Prozent der Treibhausgasemissionen (SJH 2013). Während der Anteil der erneuerbaren Energien am Strom in der Schweiz und

³ Das Reduktionsziel von minus 50 Prozent wurde im Februar 2015 an die UNO-Klimakonvention gemeldet und an der Klimakonferenz in Paris im Dezember 2015 bestätigt. Mindestens 30 Prozent dieser Reduktionen sollen durch inländische Massnahmen erzielt werden, 20 Prozent können über Projekte im Ausland herbeigeführt werden.

somit auch in der Beherbergung hoch ist, spielen erneuerbare Energien bei der Wärmeerzeugung noch immer eine bescheidene Rolle (Abbildung 3).

Abbildung 3: Erneuerbare und nicht erneuerbare Energien (Strom und Wärme) in der Beherbergung

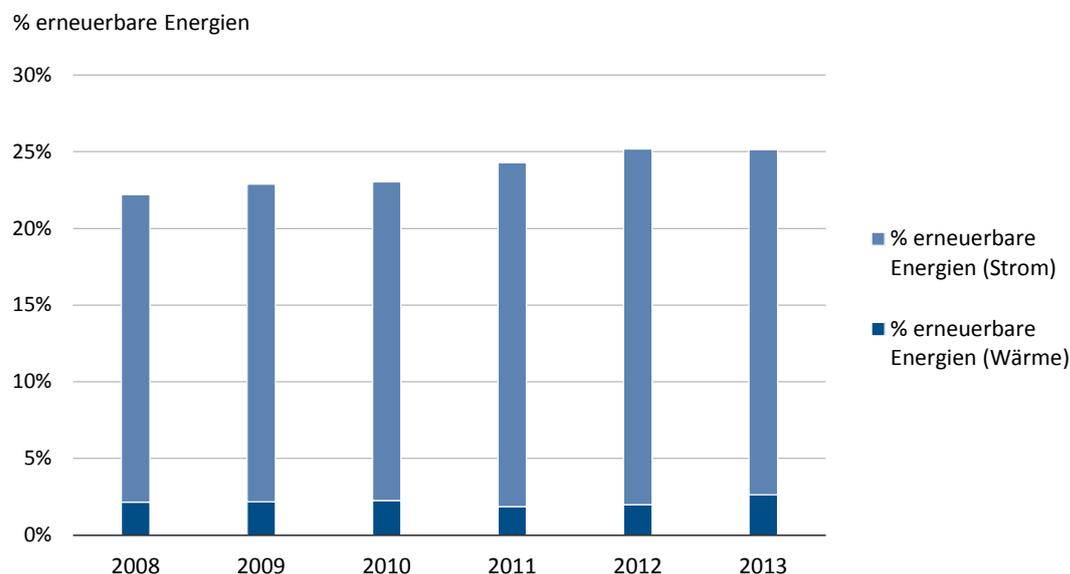


Grafik INFRAS.

Anteile (%) an erneuerbaren Energien (dunkelrot) und nicht erneuerbaren Energien (hellrot) am Stromeinsatz und Wärmeeinsatz in der Beherbergung 2013. Die Berechnungen basieren auf Daten von BFS 2015, Umweltgesamtrechnung; BFS 2015, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, und BFE 2015, Schweizerische Elektrizitätsstatistik 2014.

Gemessen am totalen Energieverbrauch hat sich der **Anteil an erneuerbaren Energien** in der Beherbergung leicht positiv entwickelt (Abbildung 4). Im Jahr 2013 stammten insgesamt rund 25 Prozent der eingesetzten Energien aus erneuerbaren Quellen.

Die Wärmeerzeugung aus erneuerbaren Energien trägt 2,6 Prozent dazu bei, der Stromeinsatz aus denselben 22,5 Prozent.

Abbildung 4: Anteile erneuerbare Energien (Strom und Wärme) in der Beherbergung

Grafik INFRAS.

Erneuerbare Energien (Strom und Wärme) als Anteil des totalen Energieverbrauchs in der Beherbergung. Die Berechnungen basieren auf Daten von BFS 2015, Umweltgesamtrechnung; BFS 2015, Schweizerische Elektrizitätsstatistik 2014.

Um Impulse für eine weitere Verbesserung der Effizienz und den Einsatz von erneuerbaren Energien zu geben, spielen Branchenvorreiter eine wichtige Rolle. Dazu gehören die **Solarhotels in der Schweiz**, die wichtige Aushängeschilder für die weitere Förderung der Solarenergie sind. Sie erzeugen Wärme und/oder Strom mit Solarenergie. Zurzeit sind 137 Betriebe – darunter 19 Lodges, Jugendherbergen und Hostels sowie 18 SAC-Hütten – beim Verein Swissolar als Solarhotels eingetragen (Swissolar 2015). Dies sind zwar vergleichsweise wenige Betriebe. Doch auch weitere Hotels, die nicht als Solarhotels aufgelistet sind, nutzen Solarenergie bzw. planen Solaranlagen zur Stromerzeugung zu nutzen, sodass die Entwicklung in diesem Bereich positiv weitergeht.

Sorge um Bodenverbrauch als Chance für die Hotellerie

Fortschreitender Bodenverbrauch und eine nicht nachhaltige Siedlungsentwicklung haben Bevölkerung und Politik in der Schweiz in den letzten Jahren zunehmend beschäftigt. Verschiedene politische Prozesse wie das Ja zur Zweitwohnungsinitiative und die Revision des Raumplanungsgesetzes zeugen von der Bedeutung dieser Themen. Der Tourismus und auch die Hotellerie sind von diesen Änderungen betroffen, denn sie sind durch ihre Infrastrukturen und Bauten auf Flächen angewiesen. Gleichzeitig nutzt der Tourismus eine intakte Landschaft als wichtiges touristisches Kapital.

Die Siedlungsflächen in der Schweiz haben zwischen 1985 und 2009 um 23 Prozent zugenommen (BFS 2014a). Auch die Anzahl Wohnungen, die zeitweise oder nicht bewohnt sind, ist stark angestiegen: von 2000 bis 2014 um 26 Prozent auf 684 039 Wohnungen (BFS 2014b, Gebäude- und Wohnungsstatistik). Im gleichen Zeitraum sind die in der Hotellerie vorhandenen Betten um nur 3 Prozent gestiegen (BFS 2015b). Dies deutet darauf hin, dass in dieser Periode die Bedeutung der Parahotellerie im Vergleich zur Hotellerie zugenommen hat. Daten zum Verhältnis der Logiernächte von Hotellerie und Parahotellerie, die eine genauere Aussage ermöglichen würden, liegen allerdings keine vor.⁴

Die oft nur geringe Ausnützung der Siedlungsflächen hat negative Auswirkungen, darunter höhere Kosten zur Erschliessung mit Strassen, Wasserversorgung, Strom und Abfallentsorgung, der höhere Anteil ungedeckter Kosten im öffentlichen Verkehr (WSL 2011) und eine ineffiziente Nutzung der bestehenden Ressourcen. Die Hotellerie kann insbesondere in klassischen Tourismusregionen diesem Trend entgegenwirken. Denn im Unterschied zu Zweitwohnungen nutzt die Hotellerie wegen der besseren Auslastung sowohl ihre Flächen als auch sonstige Ressourcen in der Regel deutlich effizienter. Mehr warme Betten verbessern die Auslastung der Infrastruktur und reduzieren den Druck auf die Ressource Boden, vor allem auch in ökologisch sensiblen Gebieten wie dem Alpenraum.

Die Annahme der Zweitwohnungsinitiative mit darauffolgender Verordnung über Zweitwohnungen auf Bundesebene⁵ hat für die Hotellerie neue Chancen in ökologischer und ökonomischer Hinsicht eröffnet. Derzeit lässt sich noch keine Aussage dazu machen, inwiefern die Hotellerie diese Chancen zu nutzen weiss.

Nachhaltige Mobilität: ein ambivalentes Thema in der Hotellerie

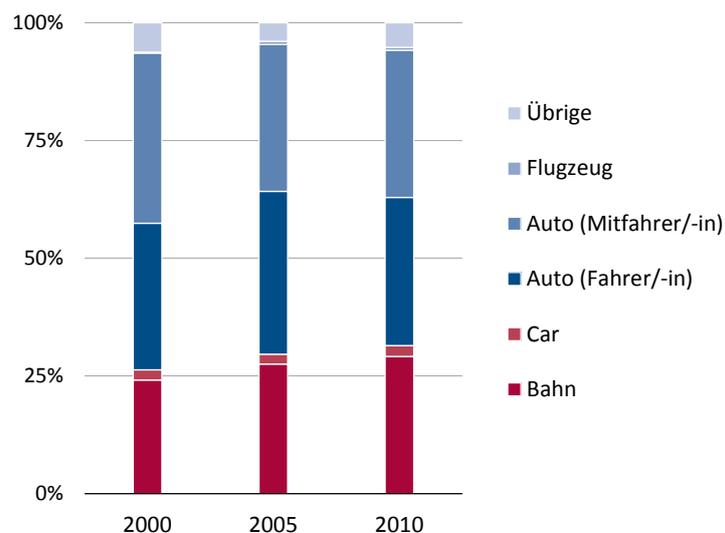
Die Mobilität ist die Basis von jeglichem Tourismus. Der Aufenthalt von Hotelgästen bringt Verkehr bei der An- und Abreise und vor Ort mit sich, Mitarbeitende und Lieferanten sind für die Hotellerie unterwegs. Über 90 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen des Tourismus sind auf die Mobilität zurückzuführen. Eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Mobilität kommt aber nicht nur der Umwelt zugute. Eine intakte Landschaft und ein effizienter öffentlicher Verkehr in Tourismusregionen erhöht auch die Lebensqualität vor Ort und wird von den Gästen honoriert. Auch Car- und Busreisen sind weniger umweltbelastend als die individuelle Anreise mit dem Auto oder Flugreisen.

⁴ Die Anzahl Logiernächte in der Parahotellerie werden seit 2003 nicht mehr erfasst.

⁵ Der Bundesrat hat am 22. August 2012 die Verordnung über Zweitwohnungen erlassen. Diese wurde am 1. Januar 2016 durch das vom Parlament verabschiedete Bundesgesetz über Zweitwohnungen mit dem Verfassungsartikel über Zweitwohnungen (Art. 75b BV) abgelöst.

Bei **Reisen mit Übernachtung in der Schweiz** zeigte sich von 2000 bis 2010 eine leichte Tendenz in Richtung mehr öffentliche Verkehrsmittel und mehr Anreisen mit dem Car, wie Daten des Bundesamtes für Statistik zeigen (Abbildung 5). Neuere Daten liegen derzeit nicht vor.

Abbildung 5: Verkehrsmittelwahl bei Reisen mit Übernachtung in der Schweiz



Grafik INFRAS.

Quelle: BFS 2002, 2007, 2012, Mikrozensus Verkehr.

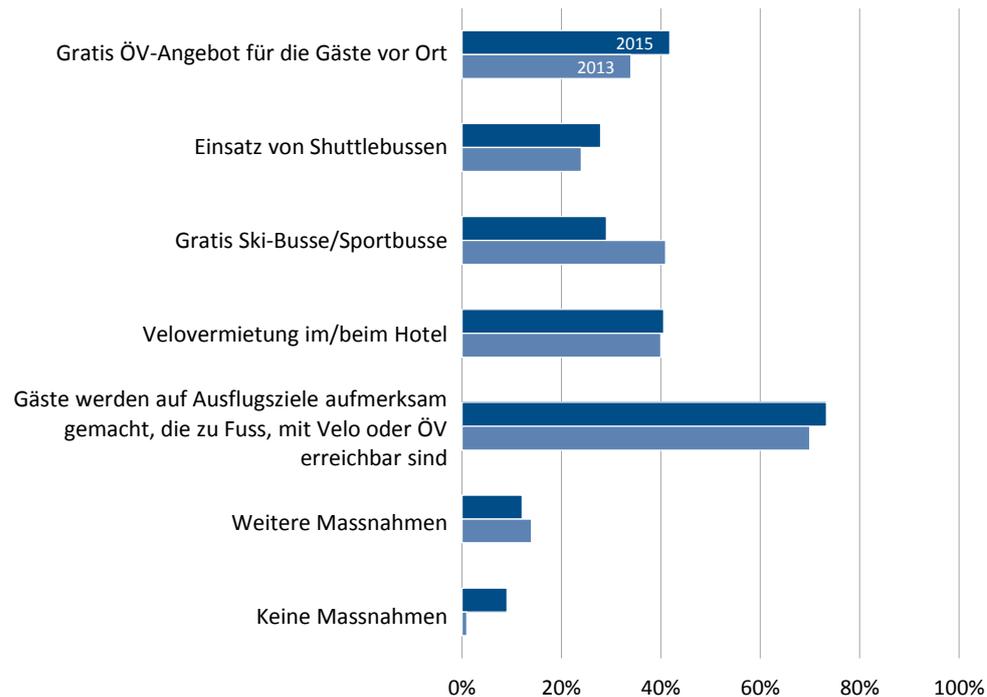
Im Jahr 2010 hat die Bevölkerung in der Schweiz 6,6 Millionen Reisen mit Übernachtungen mit Reiseziel in der Schweiz unternommen (BFS 2012c, Tourismusstatistik 2011). Die allermeisten Reisen (88 Prozent) dienten privaten Zwecken, die übrigen waren Geschäftsreisen (BFS/ARE 2012). Auch wenn die Hotellerie nur einer von mehreren touristischen Anbietern ist und nur bedingt auf die An- und Abreise der Gäste Einfluss nehmen kann, sind diese Reisen dennoch relevant. Der Anteil Autofahrten hat zwischen 2000 und 2010 leicht abgenommen, während die Bahn vergleichsweise häufiger genutzt wurde. Da der öffentliche Verkehr im Freizeitverkehr einen deutlich geringeren Anteil (ca. 20 Prozent) aufweist als bei den Reisen mit Übernachtungen in der Schweiz (BFS 2013), ist diese Entwicklung bemerkenswert.

Der Entscheid für ein bestimmtes Verkehrsmittel hängt in erster Linie von dessen Verfügbarkeit ab (Solèr et al. 2014). Dies hat auch die Umfrage bei den Hoteliers im ersten Monitoring gezeigt: Der Standort des Hotels und dessen Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel ist entscheidend für die Wahl des Verkehrsmittels bei der An- und Abreise der Gäste.

Grösseren Spielraum um die umweltfreundliche Mobilität zu fördern, hat die Hotellerie hingegen bei der **Mobilität vor Ort**. Aktive Kommunikation von attraktiven Nahverkehrsangeboten, Velovermietung im Hotel, gratis ÖV-Angebote und der Einsatz von Shuttlebussen wer-

den von vielen Hoteliers angeboten (Abbildung 6). Zwischen 2013 und 2015 sind keine wesentlichen Veränderungen ersichtlich.

Abbildung 6: Welche umweltfreundlichen Transportmöglichkeiten bieten Sie während des Aufenthalts an?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 165. Quelle: Umfrage INFRAS/hotellerie-suisse 2013 und 2015.

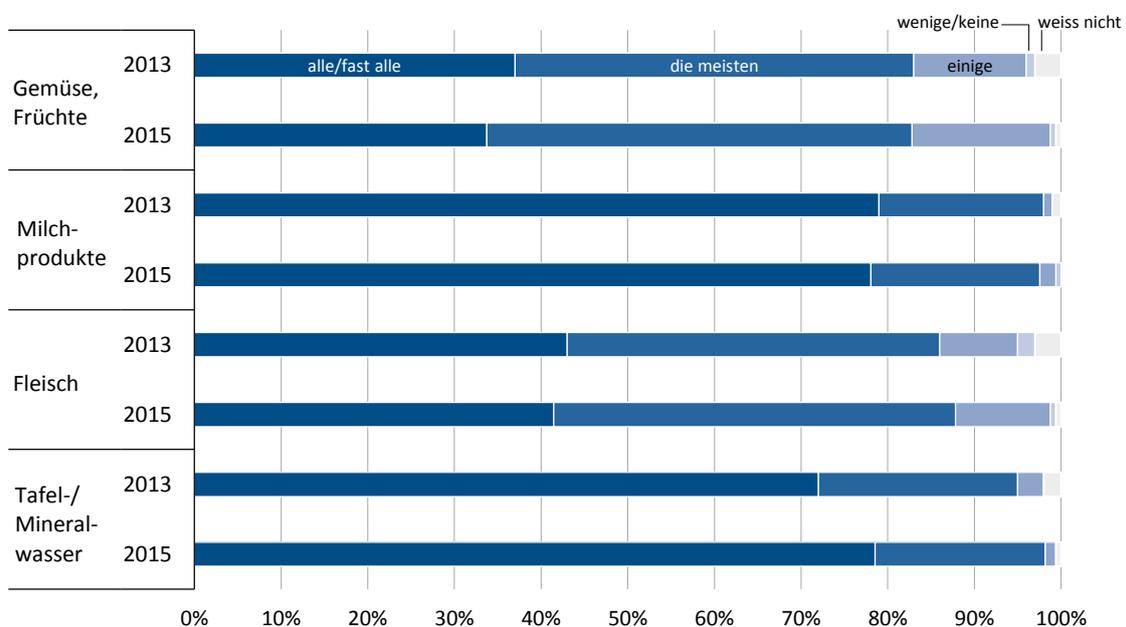
Nachhaltige Beschaffung als wichtiger Ansatzpunkt für ökologische Verbesserungen

Die Hotellerie erfordert verschiedene Vorleistungen, darunter Nahrungsmittel, Strom, Geräte oder Verbrauchsartikel. Im Betrieb verursachen Strom, Wärme und die eingekauften Nahrungsmittel für die Restauration etwa 90 Prozent der Treibhausgasemissionen (SJH 2013). Mit der Produktion der eingekauften Güter gehen weitere Umweltbelastungen einher, so zum Beispiel Boden- und Wasserverbrauch bei der Nahrungsmittelproduktion.

Indem die Hotellerie bei der Beschaffung Nachhaltigkeitsaspekte der Vorleistungen berücksichtigt, eröffnet sich ein grosses Potenzial, Umweltbelastungen zu reduzieren. Eine nachhaltige Beschaffung berücksichtigt zudem auch soziale Auswirkungen, die bei der Herstellung und dem Transport von Produkten und Dienstleistungen anfallen, und versucht diesen entgegenzuwirken – zum Beispiel mit Fairtrade-Labeln.

Obwohl die Auswirkungen der Beschaffung für Einzelbetriebe kaum quantifizierbar sind, können die Hoteliers auf verschiedene Aspekte direkt Einfluss nehmen. Die Umfrage im ersten Monitoring hat gezeigt, dass sie dies vielfach tun, indem sie nachhaltige Alternativen bevorzugen. Die Resultate der Umfrage 2015 bestätigen die Ergebnisse der ersten Monitorings. Ein Grossteil der Hotels kauft **Nahrungsmittel aus der Schweiz** (Abbildung 7), etwas weniger oft wird auf **regionale Produkte** gesetzt (Abbildung 8). Durch die kurzen Transportwege entsteht eine geringere Umweltbelastung. Zudem stärkt dies die lokale Wertschöpfung.

Abbildung 7: Wie viele Nahrungsmittel stammen aus der Schweiz?

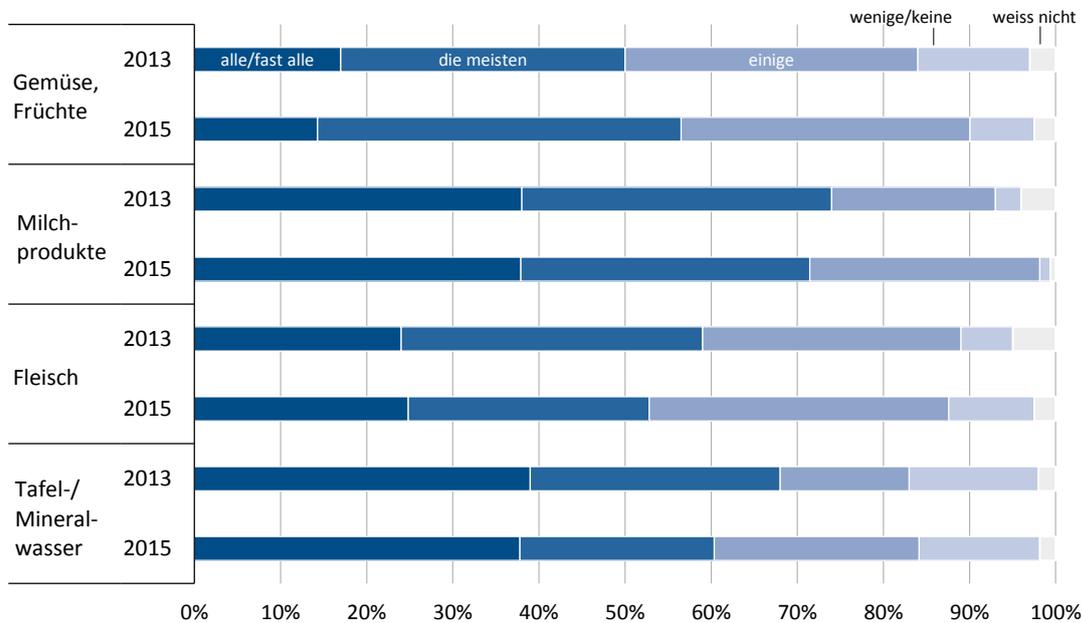


Grafik INFRAS.

Nahrungsmittel aus der Schweiz. Nicht dargestellt ist die Antwortkategorie «weiss nicht». Anzahl Antworten 2013: Gemüse und Früchte: 230; Milchprodukte: 231; Fleisch: 230, Tafel-/Mineralwasser: 233. Anzahl Antworten 2015: Gemüse und Früchte: 163; Milchprodukte: 164; Fleisch: 164; Tafel-/Mineralwasser: 164. Quelle: Umfrage INFRAS/hotellerieuisse 2013 und 2015.

Vor allem Milchprodukte stammen sehr oft aus dem Inland oder der Region, während der regionale Anteil bei Fleisch sowie Gemüse und Früchten saisonbedingt tiefer liegt. Gegenüber dem ersten Monitoring hat sich der Anteil an Schweizer und regionalen Produkten kaum verändert.

Abbildung 8: Wie viele Nahrungsmittel stammen aus der Region?

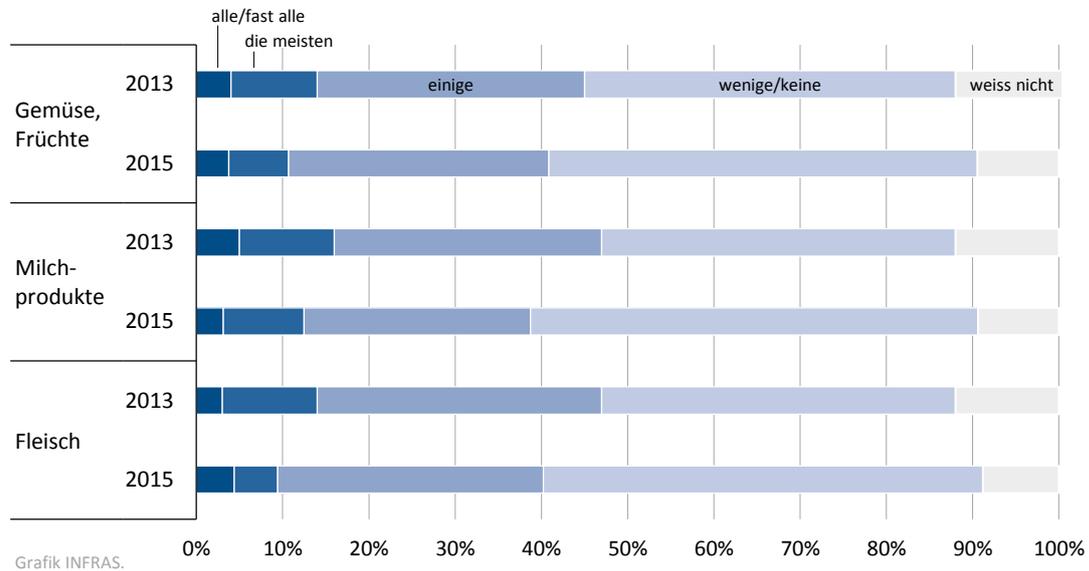


Grafik INFRAS.

Nahrungsmittel aus der Region. Nicht dargestellt ist die Antwortkategorie «weiss nicht». Anzahl Antworten 2013: Gemüse und Früchte: 231; Milchprodukte: 231; Fleisch: 230; Tafelwasser/Mineralwasser: 233. Anzahl Antworten 2015: Gemüse und Früchte: 161; Milchprodukte: 161; Fleisch: 161; Tafelwasser/Mineralwasser: 164. Quelle: Umfrage INFRAS/hotelleriesuisse 2013 und 2015.

Schweizweit sind sich viele Konsumenten und Konsumentinnen der ökologischen und sozialen Auswirkungen, die bei der Produktion von Nahrungsmitteln anfallen, zunehmend bewusst. Der Umsatz mit biologisch produzierten und verarbeiteten Gütern hat entsprechend zugenommen und erreichte 2014 einen Marktanteil von 7,1 Prozent (Bio Suisse 2014). In der Umfrage geben rund 15 Prozent der Hoteliers an, Fleisch, Milchprodukte bzw. Gemüse und Früchte fast immer bzw. meistens mit **Bio-Label** anzubieten (Abbildung 9).

Abbildung 9: Wie viele der folgenden Nahrungsmittel verfügen über ein zertifiziertes Bio-Label?

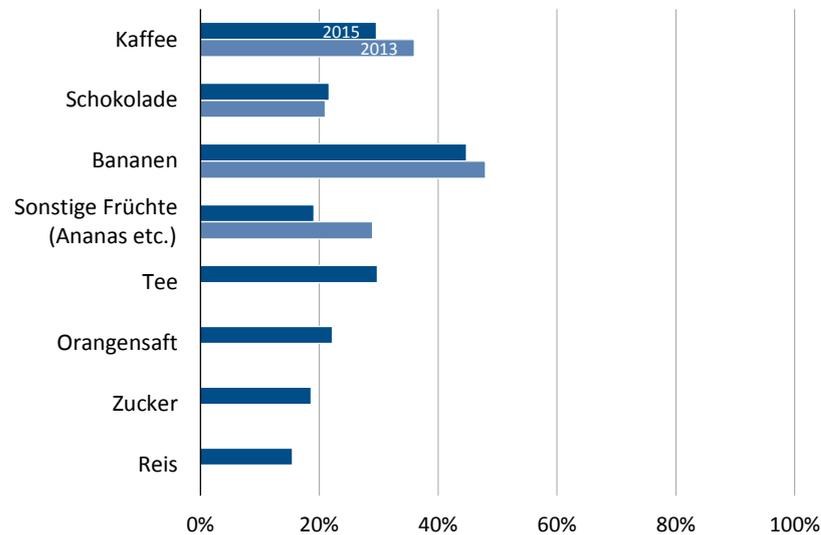


Nahrungsmittel mit Bio-Label. Als Bio-Label gelten Bio-Knospe, EU-Biolabel sowie gleichwertige Labels wie z. B. Kag-Freiland etc. Anzahl Antworten 2013: Gemüse/Früchte: 230; Fleisch: 231; Milchprodukte: 230. Anzahl Antworten 2015: Gemüse/Früchte: 160; Fleisch: 160; Milchprodukte: 161. Quelle: Umfrage INFRAS/hotelleriesuisse 2013 und 2015.

Der **Fairtrade-Anteil** von ausgewählten Nahrungsmitteln liegt bei den Umfrageteilnehmenden zwischen 16 und 45 Prozent (Abbildung 10). Gegenüber der ersten Umfrage hat sich der Fairtrade-Anteil bei Kaffee, Bananen und Schokolade kaum verändert; einzig bei den sonstigen Früchten ist er gesunken.

Vergleicht man die Zahlen der Umfrage mit dem Marktanteil von Fairtrade im Detailhandel, zeigt sich, dass die Hoteliers häufiger Fairtrade-Produkte anbieten als solche Produkte im Detailhandel abgesetzt werden. Einzig Fairtrade-Bananen werden bei 45 Prozent der Hoteliers angeboten, wohingegen der Marktanteil in der Schweiz bei rund 53 Prozent liegt (Swiss Fair Trade 2015).

Abbildung 10: Welche der folgenden Nahrungsmittel bieten Sie mit Fairtrade-Label an?



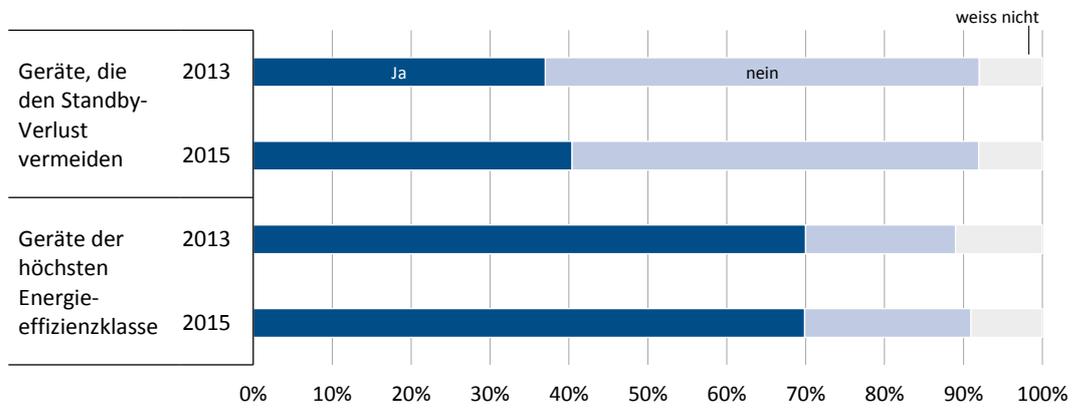
Grafik INFRAS.

Angebot an Fairtrade-Produkten. Anzahl Antworten 2013: Bananen: 223; Kaffee: 226; Schokolade: 224; Mehrfachauswahl möglich. Anzahl Antworten 2015: Kaffee: 162; Schokolade: 157; Bananen: 163; Sonstige Früchte: 162; Tee: 161; Orangensaft: 162; Zucker: 161; Reis: 155. Quelle: Umfrage INFRAS/hotellerieresuisse 2013 und 2015. Der Fairtrade-Anteil von Tee, Orangensaft, Zucker und Reis wurden in der Umfrage 2013 nicht ermittelt.

Ökologische Aspekte sind nicht nur bei der Beschaffung von Nahrungsmitteln relevant, sondern auch im Non-Food-Bereich. Stromsparende Geräte wie Fernseher oder Kühlschränke der höchsten Energieklasse sowie Geräte, die den Standby-Verlust minimieren (automatische Netzschalter oder «Standby-Killer»), reduzieren nicht nur den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen, sondern können auch zu Kosteneinsparungen führen. Sie kosten zwar bei der Anschaffung etwas mehr, schlagen sich aber positiv in der Stromrechnung nieder.

Die Umfrage 2015 bestätigt, dass Hoteliers oft **energieeffiziente Geräte der höchsten Energieeffizienzklasse** einsetzen. Geräte, die den **Standby-Verlust vermeiden**, werden jedoch nur von zirka 40 Prozent der befragten Hoteliers eingesetzt (Abbildung 11). Da praktisch in jedem Hotelzimmer elektronische Geräte wie Fernseher, DVD-Geräte etc. vorhanden sind, besteht hier weiterhin ein Einsparpotenzial.

Abbildung 11: Setzen Sie Geräte ein, die den Energieverbrauch reduzieren?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 162. Quelle: Umfrage INFRAS/hotelleriessuisse 2013 und 2015.

2. Wirtschaft

Resultate in der Übersicht

Konjunkturelle Schwankungen und das schwierige wirtschaftliche Umfeld schlagen sich in den wirtschaftlichen Kennzahlen nieder. Stagnation, Rückgang und leichte Erholungsphasen wechseln sich seit 2008 immer wieder ab. Der Strukturwandel in der Hotellerie schreitet voran.

Die Kennzahlen in der wirtschaftlichen Dimension der Nachhaltigkeit zeigen ein durchzogenes Bild. Weltweite konjunkturelle Schwankungen und die Frankenstärke machten sich im Tourismus und in der Hotellerie stark negativ bemerkbar. Entsprechend zeugen die betrieblichen Kennzahlen Auslastung, Wertschöpfung und Gewinne von der schwierigen Entwicklung seit 2008. Die Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank im Januar 2015 ist in den Kennzahlen noch nicht abgebildet, wird sich künftig aber stark auf diese auswirken.

Gleichzeitig schreiten strukturelle Anpassungen weiter voran, was sich mit steigenden Betriebsgrössen und höherer Arbeitsproduktivität sowie mit der Aufwärtstendenz bei den Bauinvestitionen zeigt.

Seit dem ersten Nachhaltigkeitsmonitoring vor zwei Jahren sind bei wichtigen wirtschaftlichen Indikatoren leichte Verbesserungen ersichtlich, so bei der Nettobettenauslastung, der Anzahl Logiernächte und der Produktivität. Diese bewirken allerdings keine Umkehrung des längerfristigen Trends.

Tabelle 2 zeigt die Entwicklungen der wirtschaftlichen Kenngrössen auf.

Bereich Wirtschaft	Entwicklung Seit 2008	Datenverlauf 2008 bis 2014
Wirtschaftlichkeit		
Nettobettenauslastung in der Hotellerie		
Bruttowertschöpfung Beherbergung		
Arbeitsproduktivität Beherbergung		
Bruttobetriebsgewinn (GOP)		
Beschäftigung		
Beschäftigte Vollzeitäquivalente in der Beherbergung		
Arbeitslosenquote Beherbergung		
Strukturwandel		
Durchschnittliche Anzahl Betten pro Beherbergungsbetrieb		
Anzahl Neueintragungen und Löschungen in der Hotellerie		
Investitionen		
Reale Bauaufwendungen Hotels und Restaurants		

Tabelle 2 Entwicklung und Datenverlauf der Indikatoren im Bereich Wirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit. Die Entwicklung seit 2008 ist dargestellt durch Wettersymbole: ☀ Sonne: positive Entwicklung. ☁ Sonne mit Wolke: konstante oder leicht positive Entwicklung. ☁ Wolke: leicht negative Entwicklung. ☁ Regenwolke: negative Entwicklung.

Die wirtschaftlichen Herausforderungen

Die Schweizer Hotellerie ist mit verschiedenen exogenen und endogenen Herausforderungen konfrontiert. Als exportorientierte Branche reagiert die Hotellerie schnell auf Veränderungen der Wechselkurse und auf weltweite konjunkturelle Schwankungen. Seit dem 15. Januar 2015 sorgt die Aufhebung des Franken-Mindestkurses zum Euro für Unsicherheit. Die massive Aufwertung des Frankens schwächt die preisliche Wettbewerbsfähigkeit und stellt die Schweizer Tourismusindustrie erneut vor grosse Herausforderungen (hotelleriesuisse 2015a). Eine Chance bieten hingegen die Globalisierung des Tourismus und die hohe Qualität der Schweizer Produkte.

Doch auch hausgemachte Faktoren sind für die schwierige Situation der Hotellerie verantwortlich. Die Schweizer Hotellerie ist geprägt durch ihre Kleinstruktur mit vergleichsweise kleinen Betriebsgrössen und teilweise wenig effizienten Kostenstrukturen. Die tiefe Rentabilität führte vielerorts dazu, dass notwendige Investitionen aufgeschoben werden. Zersplitterte Destinationsstrukturen erschweren die Vermarktung und damit die Positionierung im internationalen Wettbewerb (BAKBASEL 2010).

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, sind effizientere Kostenstrukturen, weitere Produktivitätssteigerungen und eine verstärkte Qualitätsorientierung notwendig.

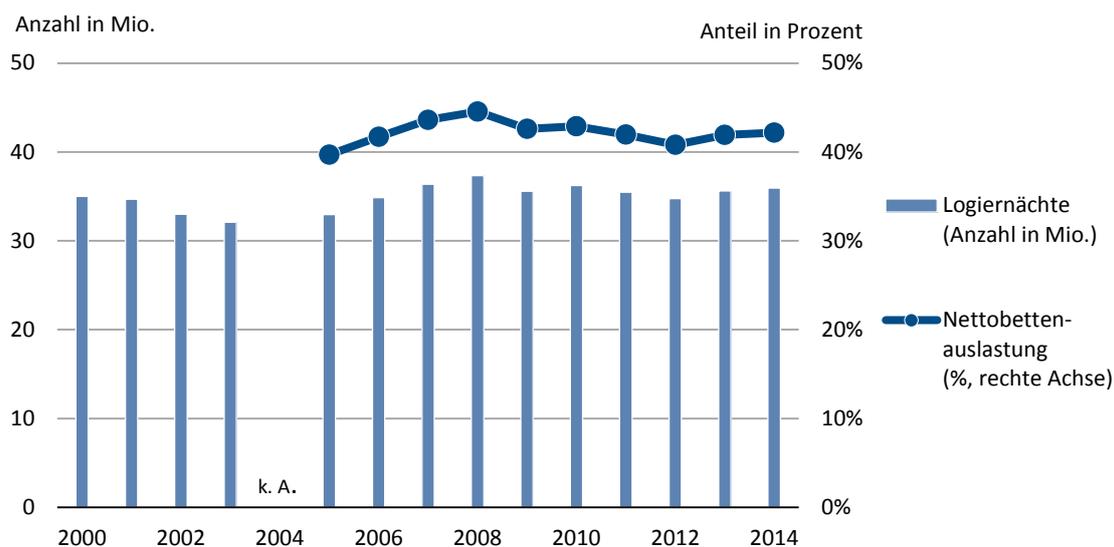
Der Strukturwandel ist aktiv anzugehen, neue Märkte und Nischen sind besser zu erschliessen und gleichzeitig ist die Rolle als wichtiger Arbeitgeber in den Regionen weiter zu gewährleisten.

Schwieriges Umfeld drückt auf Wirtschaftlichkeit

Auslastung, Rentabilität und Wertschöpfung sind zentrale Kenngrössen für die wirtschaftliche Entwicklung in der Hotellerie. Die Hotellerie befindet sich trotz leichter Erholung zwischen 2012 und 2014 in einer schwierigen wirtschaftlichen Situation, die sich künftig weiter verschärfen dürfte.

Die **Anzahl Logiernächte** und auch die **Nettobettenauslastung** sind in der langfristigen Betrachtung seit 2000 etwa gleich hoch, seit 2008 leicht rückläufig (Abbildung 12).

Abbildung 12: Logiernächte und Nettobettenauslastung in der Hotellerie



Grafik INFRAS.

Entwicklung von Logiernächten und Nettobettenauslastung. Nettobettenauslastung berechnet aus Anzahl Logiernächte dividiert durch die gesamte Nettobettenkapazität der betreffenden Periode (in Prozent). Die Nettobettenkapazität entspricht der Anzahl Betten eines Betriebes im Erhebungsmonat, multipliziert mit der Anzahl Öffnungstage dieses Betriebes in dem Monat. Datenquelle: BFS 2015b, Beherbergungsstatistik HESTA.

Die Bergregionen machen mit 44 Prozent der Logiernächte den grössten Teil aus, weisen aber auch die stärksten Schwankungen und Verluste auf. Die grossen Städte, die 28 Prozent der Logiernächte verbuchen, konnten seit 1994 um fast 58 Prozent zulegen und mussten kaum Rückgänge verzeichnen (hotelleriesuisse 2015a).

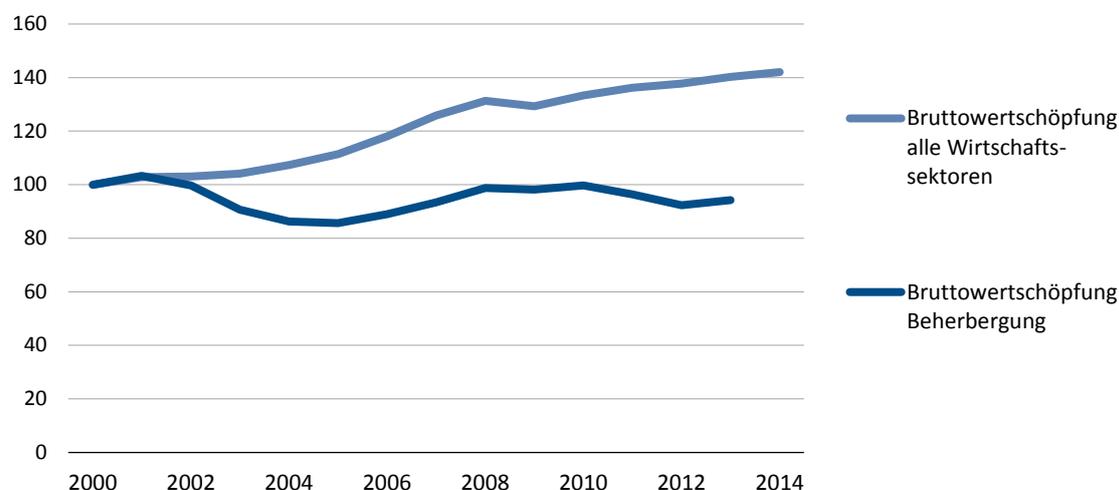
Nach zwei Jahren der leichten Erholung wird für das Jahr 2015 wieder ein moderater Rückgang der Logiernächte prognostiziert. Im Jahr 2016 wird nur ein leichter Anstieg der Logiernächte um weniger als ein Prozent erwartet (SECO 2015b).

Die durchschnittliche **Nettobettenauslastung**⁶ in der Beherbergung lag 2014 bei rund 42 Prozent und damit 2,5 Prozentpunkte höher als 2005 (Abbildung 12). Von 2008 bis 2012 ist die Auslastung gesunken. Gründe dafür sind zum einen die sinkende Zahl der Logiernächte, zum anderen der leichte Ausbau der Nettobettenkapazitäten. Seit 2012 ist insgesamt ein leichter Anstieg der Nettobettenkapazitäten ersichtlich, der mit dem Anstieg der Logiernächte einherging. Während sich die grossen und kleinen Städte sowie die Landregionen mit einem leichten Wachstum vom Einbruch im Jahr 2009 erholten, war die Auslastung in den Bergregionen auch 2010 bis 2012 nochmals rückläufig (hotelleriesuisse 2015a).

Die Wertschöpfung und die Arbeitsproduktivität sind wichtige Kenngrössen für die Leistungsfähigkeit einer Branche. Die **Bruttowertschöpfung der Beherbergung** hat in der langfristigen Betrachtung stagniert, während jene der Gesamtwirtschaft zwischen 2000 und 2014 um 42 Prozent zugelegt hat (Abbildung 13).

Abbildung 13: Bruttowertschöpfung Beherbergung und Gesamtwirtschaft

Index 2000 = 100



Grafik INFRAS

Entwicklung der Bruttowertschöpfung in der Beherbergung und bei allen Wirtschaftssektoren (Index 2000 = 100). Datenquelle: BFS 2015d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Produktionskonto nach Branchen.

Die unterdurchschnittliche wirtschaftliche Entwicklung der Beherbergung ist durch verschiedene Faktoren verursacht. Die Bruttowertschöpfung ist 2001 stark eingebrochen – ausgelöst durch eine schwache Weltwirtschaft, die Aufwertung des Schweizer Frankens, 9/11 und die

⁶ Nettobettenauslastung bezeichnet die Anzahl Logiernächte dividiert durch die gesamte Nettobettenkapazität der betreffenden Periode, in Prozenten ausgedrückt.

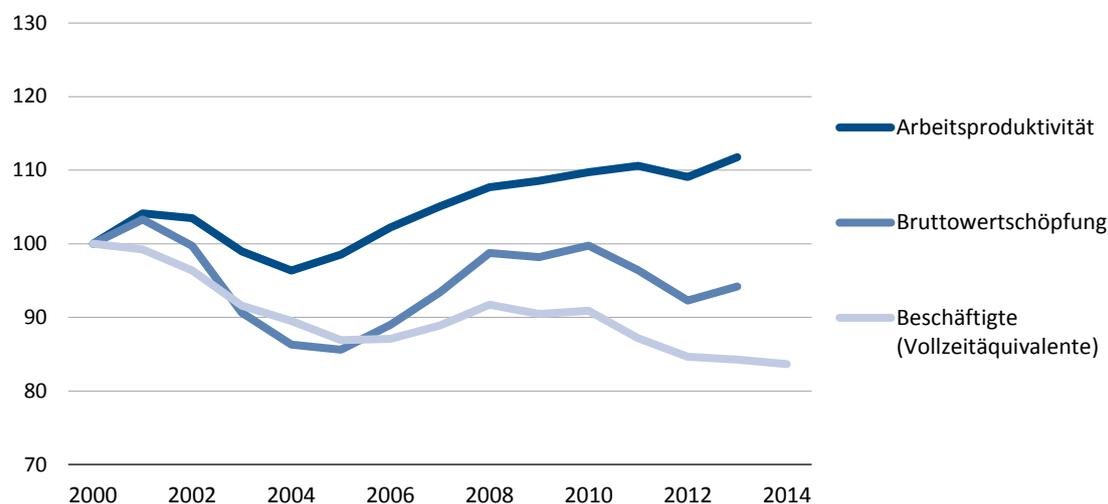
Lungenkrankheit SARS. Von diesem Rückgang erholte sich die Beherbergung erst ab 2004. Von 2008 bis 2012 stagnierten die Zahlen, bedingt vor allem durch die Weltrezession 2008/2009 und die starke Aufwertung des Schweizer Frankens (hotelleriesuisse 2012, hotelleriesuisse 2015a). Hinzu kommen die strukturellen Defizite wie etwa die ungenügende Rentabilitätssituation. Die Aufhebung des Franken-Mindestkurses zum Euro Anfang 2015 drückt erneut auf die preisliche Wettbewerbsfähigkeit und stellt die Beherbergung auch in Zukunft vor grosse Herausforderungen. Allerdings gibt es auch positive Zeichen. Höhere Erträge pro Logiernacht in den letzten zwei Jahren deuten darauf hin, dass die seit 2008 andauernde Preiserosion in der Schweizer Hotellerie gestoppt worden ist (hotelleriesuisse 2015a). Das dürfte auch damit zusammenhängen, dass in den letzten Jahren stark preissensitive Gäste aus ehemals wichtigen europäischen Märkten – Deutschland, Grossbritannien, Frankreich, Italien und Holland – in andere Destinationen abgewandert sind. Dafür hat die Nachfrage von Touristen aus ausser-europäischen Märkten wie China, Indien, den Golfstaaten, Russland und den USA zugenommen (hotelleriesuisse 2015a). Zudem haben im Jahr 2014 wieder etwas mehr Schweizer ihre Ferien im Inland verbracht als im Jahr 2008 (hotelleriesuisse 2015a).

Zwischen 2009 und 2014 ist der **Bruttobetriebsgewinn** in 160 ausgewählten Betrieben (ERFA-Gruppen hotelleriesuisse) zurückgegangen (hotelleriesuisse 2015a, hotelleriesuisse, Jahrbuch der Schweizer Hotellerie, Ausgaben 2009–2015). Der Bruttobetriebsgewinn (Gross Operating Profit GOP) berücksichtigt den Unternehmerlohn und den Unterhalt und stellt den eigentlichen Massstab für die Leistung der Unternehmensführung und für die operative Ertragskraft eines Betriebes dar.

Die **Arbeitsproduktivität** des Gastgewerbes ist in der Schweiz – wie in den meisten Ländern – deutlich geringer als diejenige der Gesamtwirtschaft. Dies liegt unter anderem daran, dass die Leistung direkt beim Gast erbracht wird und Rationalisierungen wie in anderen Branchen kaum möglich sind (BAKBASEL 2010). Abbildung 14 zeigt die Entwicklung von Arbeitsproduktivität, Bruttowertschöpfung und Beschäftigung in der Beherbergung auf.

Abbildung 14: Produktivität, Wertschöpfung und Beschäftigte in der Beherbergung

Index 2000 = 100



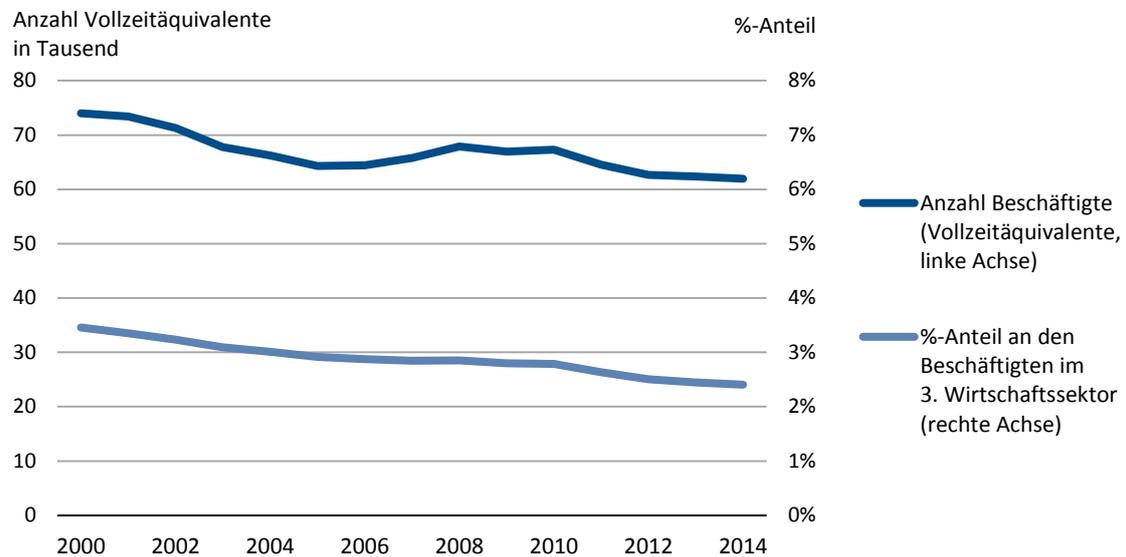
Grafik INFRAS.

Produktivität, Wertschöpfung und Beschäftigte in der Beherbergung: indexierte Entwicklung. Datenquellen: BFS 2015e Beschäftigungsstatistik BESTA, und BFS 2015d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Produktionskonto.

Die Arbeitsproduktivität ist seit einem Tiefpunkt im Jahr 2004 angestiegen, verursacht durch die leicht wachsende Bruttowertschöpfung und die seit 2004 sinkenden Beschäftigtenzahlen.

Beschäftigung sinkt leicht

Die Hotellerie ist eine sehr beschäftigungsintensive Branche. Im Jahr 2014 beschäftigte die Schweizer Hotellerie 70 700 Mitarbeitende, das sind 2,2 Prozent der Beschäftigten im tertiären Wirtschaftssektor (hotelleriesuisse 2015a). Neben der hohen Beschäftigungswirkung im Allgemeinen schafft die Hotellerie insbesondere auch in strukturschwachen Randregionen und für Personen mit tiefem Bildungsstand Beschäftigungsmöglichkeiten. Seit dem Jahr 2000 ist die **Beschäftigung** in der Beherbergung und damit auch in der Hotellerie fast kontinuierlich zurückgegangen (Abbildung 15).

Abbildung 15: Beschäftigte in der Beherbergung im Vergleich zum 3. Wirtschaftssektor

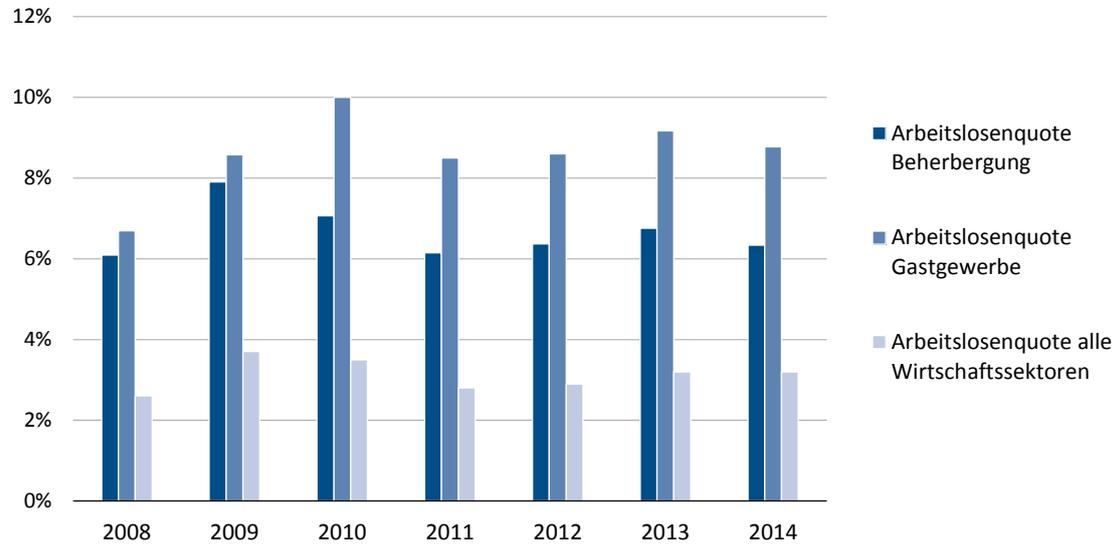
Grafik INFRAS.

Beschäftigte in der Beherbergung in Anzahl Vollzeitäquivalenten und als Prozentanteil der Beschäftigten im 3. Wirtschaftssektor. Datenquelle: BFS 2015e, Beschäftigungsstatistik BESTA.

Von 74 000 Vollzeitäquivalenten⁷ in der Beherbergung im Jahr 2000 sind die Beschäftigtenzahlen auf 62 000 Vollzeitäquivalente im Jahr 2014 gesunken. Damit hat auch der volkswirtschaftliche Stellenwert der Beherbergung abgenommen. Grund dafür sind die Restrukturierungen im Gastgewerbe als Folge der verhaltenen Entwicklung der touristischen Nachfrage sowie die erzielten Produktivitätssteigerungen und Kosteneinsparungen (Die Volkswirtschaft 2007).

Die **Arbeitslosenquote in der Beherbergung** liegt 2014 mit 6,3 Prozent etwa auf dem Niveau von 2008 (6,1 Prozent) (Abbildung 16).

⁷ Die Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten entspricht den geleisteten Arbeitsstunden dividiert durch das Jahresmittel der durch Vollzeitbeschäftigte erbrachten Arbeitsstunden.

Abbildung 16: Arbeitslosenquote in der Beherbergung im Vergleich zur Gesamtwirtschaft

Grafik INFRAS.

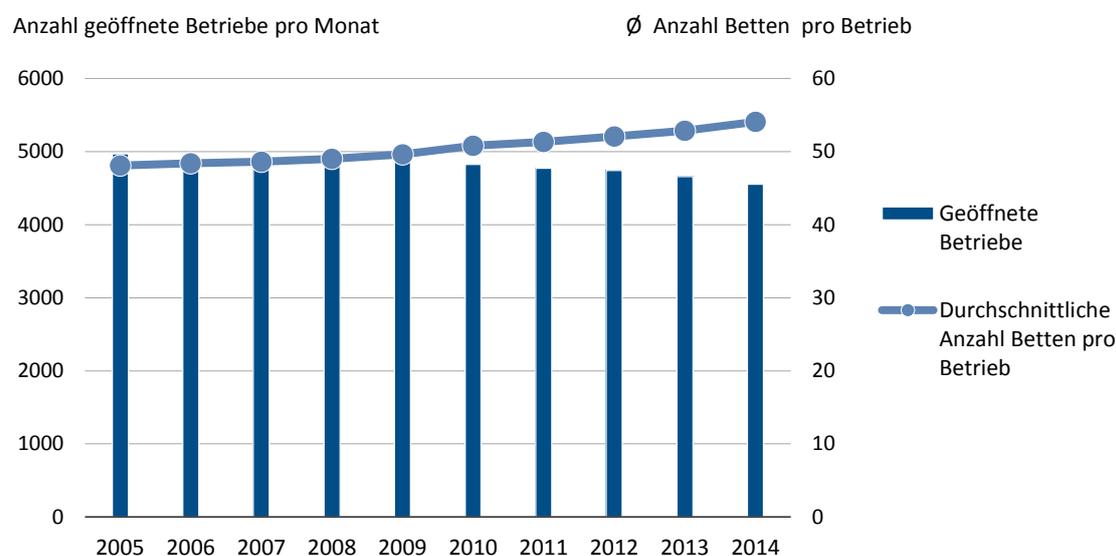
Arbeitslosenquote Beherbergung und Gastgewerbe sowie Arbeitslosenquote aller Schweizer Wirtschaftssektoren, Angabe in % der Erwerbstätigen. Datenquellen: Gastgewerbe: SECO 2015a, NOGA-Quoten (LAMDA-Helpdesk). Alle Wirtschaftssektoren: SECO 2015a: Die Lage auf dem Arbeitsmarkt.

Damit haben sich die Arbeitslosenquoten der Beherbergung und des Gastgewerbes ähnlich entwickelt wie diejenige aller Schweizer Wirtschaftssektoren, wenn auch auf deutlich höherem Niveau. Schweizweit lag die Arbeitslosenquote 2014 bei lediglich 3,2 Prozent. Die schwierige wirtschaftliche Lage der Beherbergung und des Gastgewerbes in den letzten Jahren bildet sich in den Arbeitslosenzahlen ab.

Strukturwandel schreitet voran

Die Hotellerie ist seit den 90er-Jahren einem massiven Strukturwandel unterworfen: Die Anzahl der Hotel- und Kurbetriebe sank seit 1992 um rund 21 Prozent und liegt 2014 bei 5129 Betrieben. Gleichzeitig ist die mittlere Anzahl Betten gestiegen – der Trend hin zu grösseren Betrieben geht weiter (hotelleriesuisse 2015a).

Abbildung 17: Geöffnete Beherbergungsbetriebe und durchschnittliche Bettenzahl



Grafik INFRAS.

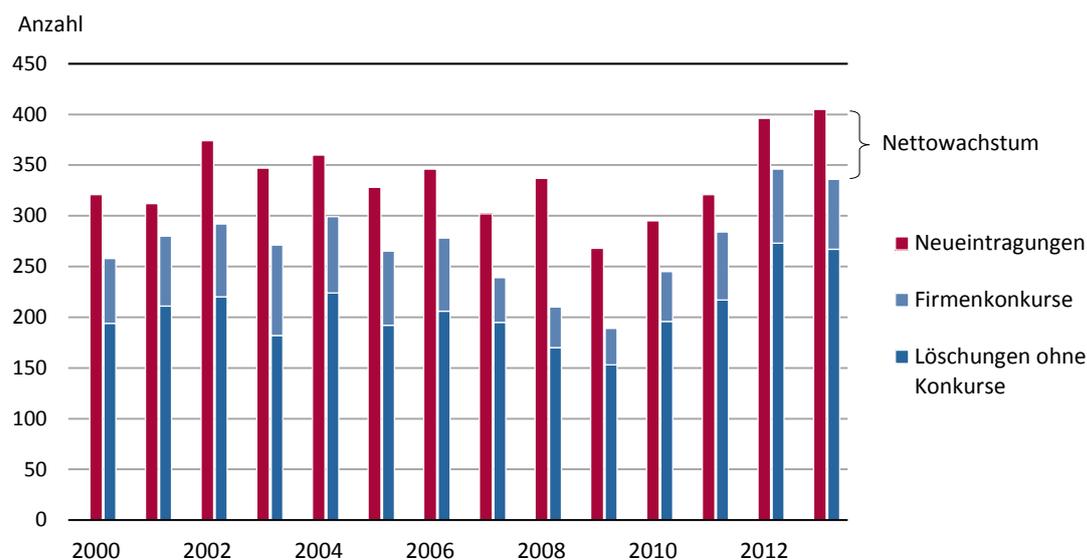
Anzahl geöffnete Beherbergungsbetriebe pro Monat und durchschnittliche Anzahl Betten pro Beherbergungsbetrieb. Datenquelle: BFS 2015b, Beherbergungsstatistik HESTA.

Bergregionen, Landregionen und kleine Städte hatten Rückgänge der **Anzahl Betriebe** zu verzeichnen, während die grossen Städte ihr Angebot steigern konnten (hotelleriesuisse 2015a).

Seit Mitte der 90er-Jahre zeigt sich ein klarer Trend zu grösseren Hotel- und Kurbetrieben (hotelleriesuisse 2015a). 2014 verfügten die Hotels über eine durchschnittliche Anzahl von 54 Betten, während es im Jahr 2005 erst 48 Betten waren (BFS 2015b). Am grössten sind die Betriebe in grossen Städten mit rund 114 Betten, während die **durchschnittliche Anzahl Betten** in Landregionen sowie im Berggebiet deutlich tiefer ist (hotelleriesuisse 2015a). Angesichts der Herausforderungen, kleine Betriebe rentabel zu betreiben, ist der Trend in Richtung grössere Bettenzahlen positiv zu bewerten. Kleine Betriebe generieren deutlich unterdurchschnittliche Erträge pro Logiernacht und die Auslastung ist in solchen Betrieben oft tief. Die tiefe Rentabilität hat zur Folge, dass langfristig nötige Ersatzinvestitionen nicht getätigt und nötige Innovationen erschwert werden (Bundesrat 2013) (siehe Kapitel «Bauinvestitionen ziehen an»).

Ergänzend zu den Betriebszahlen weist die **Anzahl von Neueintragungen und Löschungen** auf den fortschreitenden Strukturwandel hin (Abbildung 18).

Abbildung 18: Neueintragungen und Löschungen von Beherbergungsbetrieben



Grafik INFRAS.

Neueintragungen, Löschungen und Firmenkonkurse sowie Nettowachstum von Beherbergungsbetrieben. Quelle: Schweizerischer Verband Creditreform SVC.

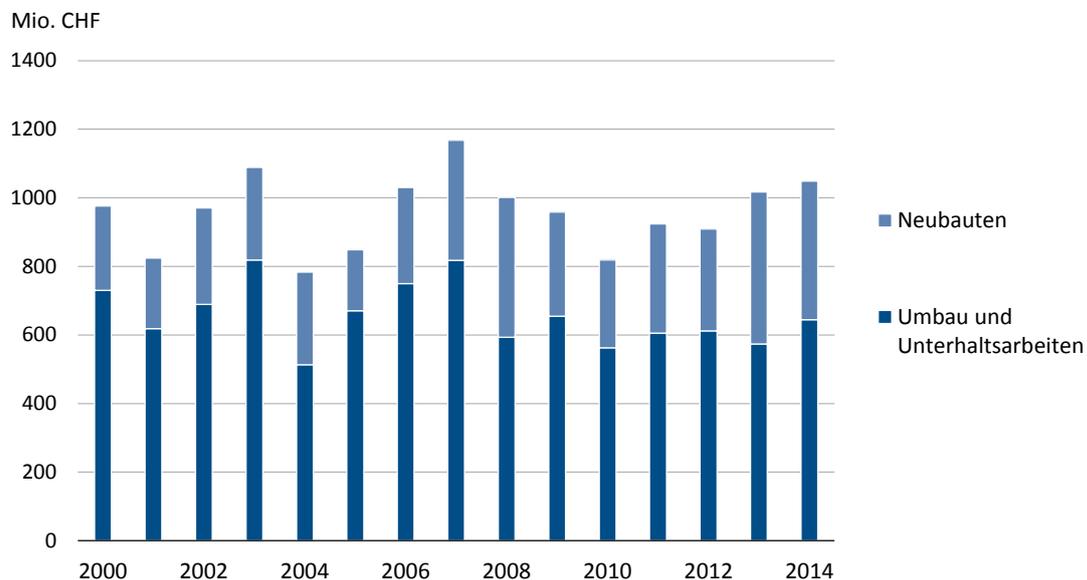
Trotz der strukturellen Herausforderungen wurden im gesamten Betrachtungszeitraum mehr Neueintragungen verzeichnet als Firmenkonkurse und Löschungen. Auch wenn ein Teil der Neueintragungen nicht echter Firmenzuwachs ist, sondern durch Umstrukturierungen, zum Beispiel durch Abspaltungen von Unternehmensbereichen in eine eigene Gesellschaft, zustande kommt, so kann diese Entwicklung dennoch als Gradmesser für die Dynamik in diesem Bereich genommen werden (SVC 2016). Das Nettowachstum ist zwischen 2008 und 2011 etwas zurückgegangen, hat sich aber ab 2012 wieder leicht erholt. Insgesamt liegen die Neueintragungen und Löschungen in der Hotellerie tiefer als im Durchschnitt aller Branchen (BAKBASEL 2010). Allerdings sind Aussagen schwierig, da für 2014 keine Daten vorliegen.

Die Hotellerie ist weiter gefordert, die Nachfrageentwicklungen zu antizipieren und die Branchenstruktur entsprechend den Marktbedürfnissen anzupassen. So wird es beispielsweise als entscheidend angesehen, dass auch in Zukunft grössere Erstklass- und Luxushotels gebaut werden, weil diese eine wichtige Leadfunktion in den Destinationen innehaben und in der Regel bessere betriebswirtschaftliche Kennzahlen erreichen als der Durchschnitt der Hotels. Für kleine Hotels bieten sich Kooperationen an, welche einen positiven Einfluss auf die Kosteneffizienz haben können (Die Volkswirtschaft 2013).

Bauinvestitionen ziehen an

Bau- und Erneuerungsinvestitionen sind notwendig, um die Qualität der Leistungen aufrechtzuerhalten bzw. ständig zu verbessern. Nur durch regelmässige Investitionen kann das Fortbestehen der Hotelbetriebe langfristig gesichert werden. Die realen Bauaufwendungen in der Schweizer Hotellerie entwickeln sich sehr volatil, da einzelne Grossprojekte einen sehr grossen Einfluss auf die Gesamtentwicklung der Bauinvestitionen haben (BAKBASEL 2012, hotellerie-suisse 2015a).

Abbildung 19: Reale Bauaufwendungen in Hotels und Restaurants



Quelle: BAKBASEL 2014. Daten für 2014 sind Prognosen.

Ab dem Jahr 2000 schwankten die Bauaufwendungen in Hotels und Restaurants zwischen rund 800 Millionen und knapp 1,2 Milliarden Franken. Seit 2010 ist eine Aufwärtstendenz feststellbar. Zirka zwei Drittel der Bauaufwendungen entfallen jeweils auf Umbauten und Unterhaltsarbeiten. Tourismusprognosen gehen für die nächsten Jahre von einer anziehenden ausländischen Nachfrage aus, was auch die Investitionsbereitschaft der Unternehmen erhöhen dürfte (SECO 2013a).

Für die Jahre 2015 und 2016 wird eine rückläufige Bautätigkeit erwartet, da 2014 ein deutlicher Rückgang des bewilligten Bauvolumens im Hotelneubau zu verzeichnen war (hotellerie-suisse 2015a). Mittelfristig (2016–2020) dürfte sich das Investitionsvolumen für Hotels und Restaurants stabilisieren und um ca. 1,1 Milliarden Franken pro Jahr bewegen (BAKBASEL 2014, hotellerie-suisse 2015a).

3. Gesellschaft

Resultate in der Übersicht

Die Hotellerie bewegt sich in einem Spannungsfeld verschiedener gesellschaftlicher Bedürfnisse: Den Gästen muss sie ein vielfältiges, bezahlbares Angebot bereitstellen, den Mitarbeitenden faire Arbeitsbedingungen und Ausbildungsmöglichkeiten bieten. Für die kulturelle Entwicklung der Region wird ebenfalls ein Beitrag erwartet.

Die Entwicklungen seit 2008 im gesellschaftlichen Bereich zeigen ein gemischtes Bild. Das schwierige wirtschaftliche Umfeld, das wenig Spielraum für Verbesserungen zulässt, prägt im Besonderen die Arbeitsbedingungen der Mitarbeitenden. Dennoch lassen sich etwa bei den Löhnen, dem Ausbildungsniveau und den Weiterbildungsaktivitäten leicht positive Entwicklungen ausmachen. Die Arbeitsbelastung scheint dagegen eher zugenommen zu haben, was sich bei Gesundheitsindikatoren zeigt – z. B. bei den Berufsunfällen. Bei einigen Kenngrößen wie z. B. dem Kompetenzniveau nach Geschlecht ist die Entwicklung unklar, da keine Datenreihen vorliegen.

Was die Beziehungen zu den Gästen und die regionale Verankerung der Hotellerie betrifft, lässt sich aufgrund der Daten keine klare Entwicklung erkennen. Für viele wichtige Aspekte wie etwa die Gästezufriedenheit, den kulturellen Beitrag der Hotellerie und die Zusammenarbeit mit weiteren touristischen Leistungserbringern in den Regionen sind ebenfalls keine übergeordneten Daten verfügbar. Die hier verwendeten Daten sind deshalb als selektive Informationen zu verstehen, die nur einen kleinen Teil des Gesamtbildes abzubilden vermögen.

Seit dem ersten Monitoring vor zwei Jahren haben die Kennzahlen im gesellschaftlichen Bereich ihre Trends fortgesetzt. Teilweise zeigt sich der bestehende Trend etwas akzentuiert, etwa bei den neu eröffneten Lehrverhältnissen und dem Bildungsniveau.

Tabelle 3 zeigt eine Übersicht über Entwicklung und Datenverlauf der verfügbaren Kenngrößen im Bereich Gesellschaft.

Bereich Gesellschaft	Entwicklung seit 2008	Datenverlauf 2008 bis 2014
Bildung		
Erwerbstätige nach Ausbildungsstufen		
Neu eröffnete Lehrverhältnisse in der Hotellerie		
Arbeitsbedingungen		
Mittelwert Mindestlöhne der Stufen Ia, IIIa und IV gemäss Gesamtarbeitsvertrag im Gastgewerbe (L-GAV)		
Monatlicher Bruttolohn Beherbergung		
Überstundenquote Gastgewerbe		
Gesundheit		
Berufsunfälle pro Jahr in der Beherbergung		
Absenzenquote Gastgewerbe		
Diversität/Chancengleichheit		
Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern in der Beherbergung		
Hotels mit Spezialisierungen		Leicht ansteigend

Tabelle 3 Entwicklung und Datenverlauf der Indikatoren im Bereich Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit. Die Entwicklung seit 2008 ist dargestellt durch Wettersymbole: ☀ Sonne: positive Entwicklung. ☁ Sonne mit Wolke: konstante oder leicht positive Entwicklung. ☁ Wolke: leicht negative Entwicklung. ☁ Regenwolke: negative Entwicklung.

Die gesellschaftlichen und sozialen Herausforderungen

Die Hotellerie spielt eine wichtige Rolle in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen in den Regionen. Sie interagiert mit einer Vielzahl von Akteursgruppen, insbesondere mit den Gästen, den Mitarbeitenden, den Lieferanten und der Bevölkerung vor Ort. Sie bietet nicht verlagerbare Arbeitsplätze in vielen Regionen, schafft lokale Wertschöpfung und trägt zur Sicherung der Lebensqualität der dort lebenden Bevölkerung bei. Als Teil der Tourismusindustrie kann die Hotellerie Entwicklungsimpulse auslösen und kulturelle Angebote fördern, die nicht nur den Gästen, sondern auch der lokalen Bevölkerung zugutekommen.

Als wichtige Arbeitgeberin vor allem in Tourismusregionen hat die Hotellerie eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden. Ein gesundes Arbeitsumfeld, faire Löhne, gleiche Chancen für Frau und Mann und gute Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sind wichtige Aspekte für faire Arbeitsbeziehungen. Gleichzeitig sind gute Arbeitsbedingungen auch eine Voraussetzung, um langfristige Mitarbeiterbeziehungen aufzubauen, qualifizierte Arbeitskräfte zu behalten und damit eine hohe Qualität der Leistungen sicherzustellen.

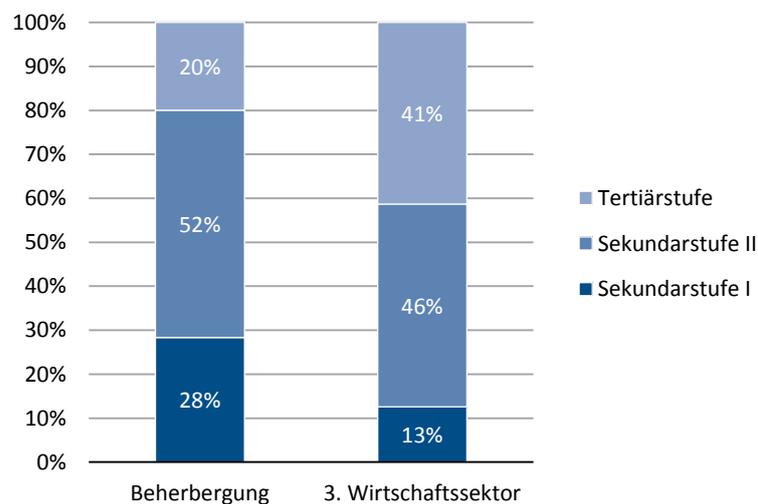
Weiter schafft die Hotellerie als Teil der Tourismuswirtschaft Erholungs- und Freizeitangebote und kann damit einen Beitrag zu Gesundheit und Wohlbefinden der Gäste leisten. Auf die individuellen Gästebedürfnisse einzugehen, sich zu spezialisieren, dabei z. B. besonders auf die

Bedürfnisse von Familien, Kindern oder Behinderten Rücksicht zu nehmen, sind deshalb wichtige Aufgaben der Hotellerie. All diesen Anspruchsgruppen gerecht zu werden, ist komplex und erfordert ein differenziertes Abwägen der unterschiedlichen Bedürfnisse.

Bildung als Basis für Qualität in der Schweizer Hotellerie

Qualifizierte Arbeitskräfte sind die Basis für den Unternehmenserfolg und damit für einen qualitativ hochstehenden nachhaltigen Tourismus (Rütter/IDT-HSG 2004). Der Tourismus bekundet oft Mühe, genügend qualifizierte Arbeitskräfte anzuziehen, was unter anderem mit den oft unregelmässigen Arbeitszeiten und der Saisonalität zusammenhängen mag (SECO 2010). Um qualifizierte Arbeitskräfte zu halten und ihnen Aufstiegsmöglichkeiten anzubieten, ist eine kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeitenden entscheidend. Auch die Ausbildung von Lehrlingen trägt zu einem insgesamt guten Ausbildungsniveau bei. Die Sozialpartner des Gastgewerbes⁸ setzen im L-GAV (Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe) einen Schwerpunkt in der Aus- und Weiterbildung. Die Ausbildung sowie der Lohnersatz während der Teilnahme an Aus- und Weiterbildungslehrgängen werden weitgehend durch Vollzugskostenbeiträge des L-GAV und kantonale Subventionen bezahlt (Hotel und Gastro Formation 2013). Damit stellen die Sozialpartner sicher, dass sich Bildung im Schweizer Gastgewerbe lohnt.

Abbildung 20: Erwerbstätige nach Ausbildungsstufen im Jahr 2014



Grafik INFRAS.

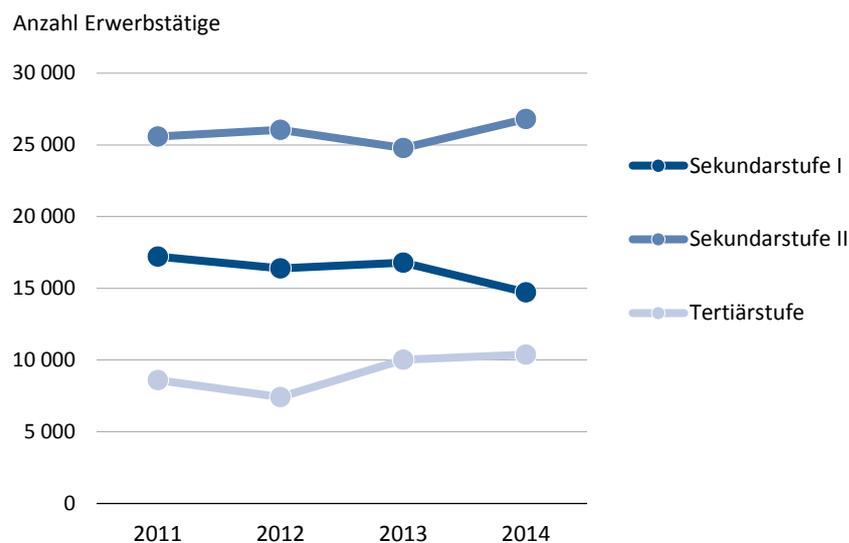
Sekundarstufe I: obligatorische Schule (Oberstufe); Sekundarstufe II: Gymnasium, Fachmittelschule, berufliche Grundbildung (Lehre), Berufsmatur; Tertiärstufe: höhere Berufsbildung (mit eidgenössischen Fachausweisen und Diplomen) und Hochschulen (universitäre Hochschulen, Fachhochschulen). Quelle: BFS 2015a, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE).

⁸ Die sechs Sozialpartner des L-GAV sind Hotel & Gastro Union, Unia, Syna, GastroSuisse, hotelleriesuisse, SwissCatering-Association (SCA).

Das **Ausbildungsniveau** in der Beherbergung liegt insgesamt tiefer als im tertiären Sektor (Abbildung 20). 28 Prozent aller Erwerbstätigen in der Beherbergung verfügen über keine berufliche Grundausbildung, haben also ausschliesslich die obligatorische Schule (Sekundarstufe I) abgeschlossen. Dagegen sind es im tertiären Wirtschaftssektor insgesamt nur 13 Prozent der Erwerbstätigen, die keine berufliche Grundausbildung oder eine höhere Berufsbildung abgeschlossen haben.

In den letzten Jahren ist bei den Erwerbstätigen in der Beherbergung eine Verschiebung in Richtung höhere Abschlüsse, das heisst Sekundarstufe II und Tertiärstufe (Abschlüsse der höheren Berufsbildung und Hochschulabschlüsse) erkennbar (Abbildung 21). Diese ist etwas ausgeprägter als im gesamten tertiären Wirtschaftssektor, in dem ebenfalls ein Trend hin zu mehr Tertiärabschlüssen und weniger Sekundarstufe I-Abschlüssen stattfindet (BFS 2015a).

Abbildung 21: Erwerbstätige nach Ausbildungsstufen in der Beherbergung



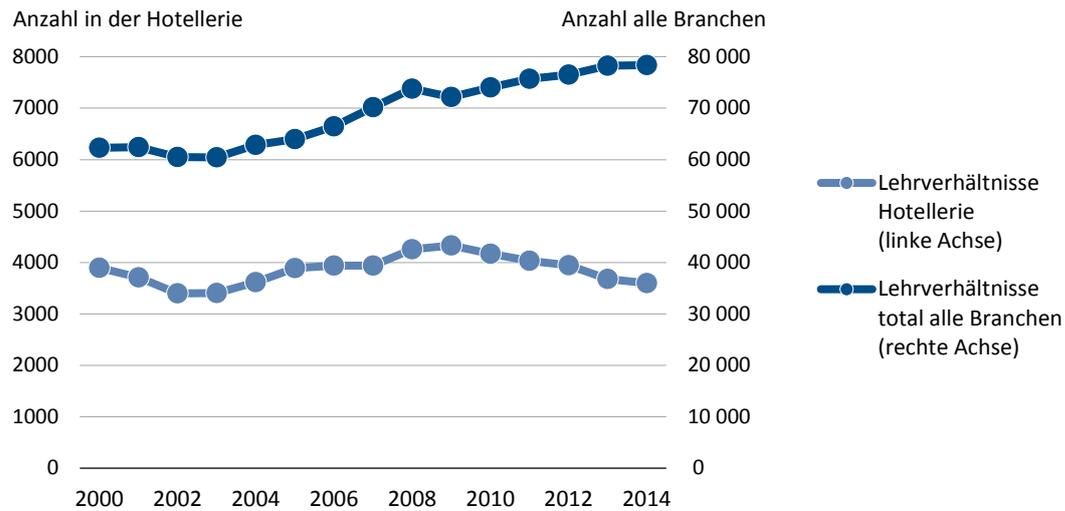
Grafik INFRAS.

Anzahl Erwerbstätige in der Beherbergung von 2011 bis 2014 für die Ausbildungsstufen (Sekundarstufe I, Sekundarstufe II und Tertiärstufe). Quelle: BFS 2015a, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE).

Die **neu eröffneten Lehrverhältnisse** für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie sind Ausdruck verschiedener Faktoren: demografische Entwicklungen, die Bestrebungen der Branche, junge Berufsleute auszubilden, aber auch das Interesse der Schulabgängerinnen und Schulabgänger für das Gastgewerbe (Abbildung 22). Im langfristigen Vergleich von 2000 bis 2014 haben die neu eröffneten Lehrverhältnisse in der Hotellerie um 8 Prozent abgenommen. Im gleichen Zeitraum haben die Lehrabschlüsse über alle Branchen betrachtet um 30 Prozent zugenommen. Dabei ist jedoch zu beachten, dass in anderen Branchen aktuell neue Grundbildungen mitgezählt werden, die früher nicht eidgenössisch reglementiert waren, namentlich bei den

Pflegeberufen. Obwohl Hotellerie und Gastronomie verschiedene Marketingaktivitäten zur Nachwuchsförderung wie z. B. Berufsinnovationsanlässe und Schnupper- und Lehrstellenbörsen betreiben, konnten diese bisher noch keine Trendumkehr bewirken.

Abbildung 22: Neu eröffnete Lehrverhältnisse für 3- und 2-jährige Lehren

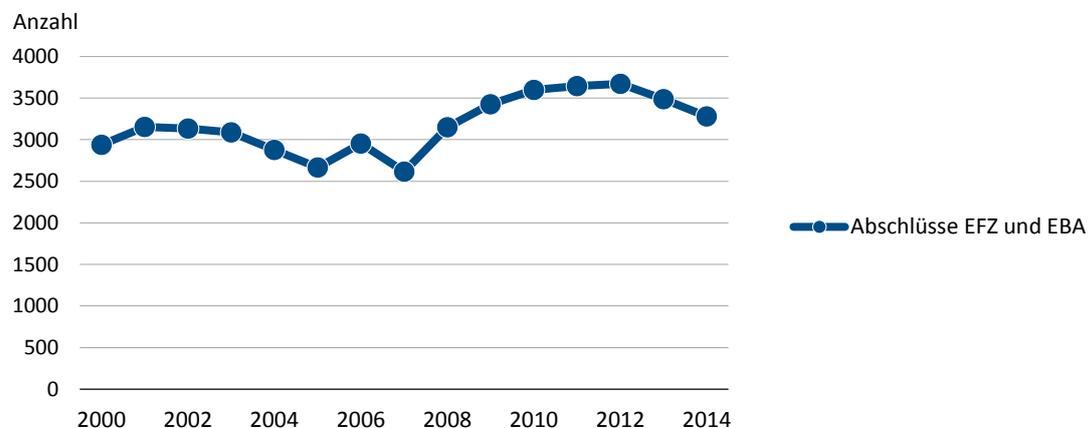


Grafik INFRAS.

Neu eröffnete Lehrverhältnisse für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie und für alle Branchen der Schweiz. Quelle: hotelleriesuisse 2015; Daten BFS.

Die Anzahl der Abschlüsse von 2- und 3-jährigen Lehren hat von 2000 bis 2014 um 12 Prozent zugenommen (Abbildung 23).

Abbildung 23: Abschlüsse für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie

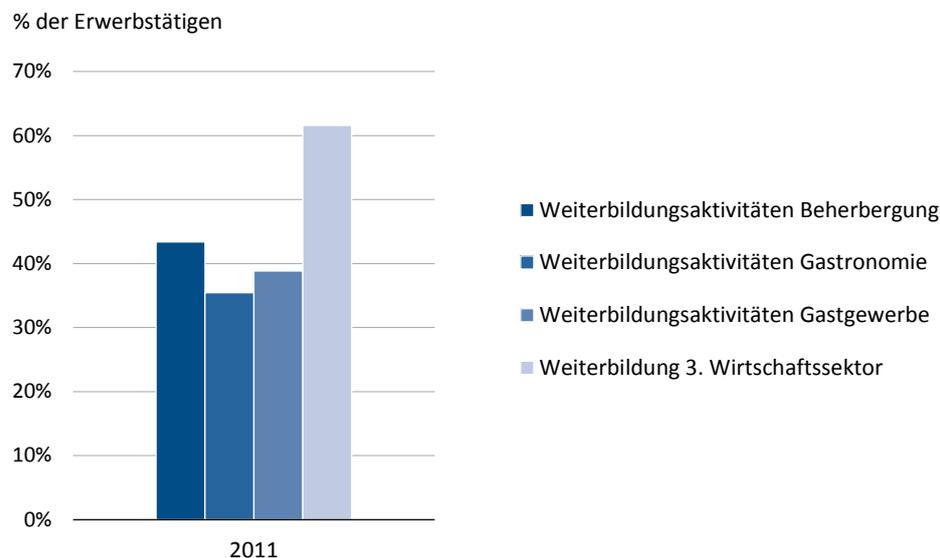


Grafik INFRAS.

Abschlüsse der beruflichen Grundbildung mit Eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (EFZ) und der beruflichen Grundbildung mit Eidgenössischem Berufsattest (EBA) für 3- und 2-jährige Lehren in der Hotellerie. Quelle: hotelleriesuisse 2014; Daten BFS.

Nebst der beruflichen Grundausbildung und der darauf aufbauenden höheren Berufsbildung spielen permanente Weiterbildungsmöglichkeiten eine wichtige Rolle, um ein hohes Bildungsniveau zu gewährleisten. Möglichkeiten bieten Lernaktivitäten ausserhalb des formalen Bildungssystems, beispielsweise Kurse, Konferenzen, Seminare oder Privatunterricht. Im Jahr 2011⁹ liegt die **Quote der Beteiligung an Weiterbildungsaktivitäten**¹⁰ in der Beherbergung bei Erwerbstätigen im Alter von 25 bis 64 Jahren bei 43 Prozent (Abbildung 24). Damit liegt die Beteiligungsquote höher als in der Gastronomie, aber einiges tiefer als im tertiären Wirtschaftssektor mit rund 62 Prozent.

Abbildung 24: Quote der Beteiligung an Weiterbildungsaktivitäten bei Erwerbstätigen



Grafik INFRAS.

Quote der Beteiligung an Weiterbildungsaktivitäten bei Erwerbstätigen in Beherbergung, Gastronomie und tertiärem Wirtschaftssektor, die an mindestens einer Weiterbildung teilgenommen haben. Angabe für das Jahr 2011, jeweils mit 95 Prozent Vertrauensintervall. Quelle: Mikrozensus Aus- und Weiterbildung, BFS 2011.

2015 gab es 22 Abschlüsse des Nachdiploms HF zum Dipl. Hotelmanager (NDS), etwas mehr als 2014 (16 Abschlüsse) und gleich viele wie im Jahr 2008.

⁹ Neuere Daten liegen daher nicht vor. Daten zum Bildungsverhalten werden alle 5 Jahre mit dem Mikrozensus (MZB) Aus- und Weiterbildung (BFS) erhoben.

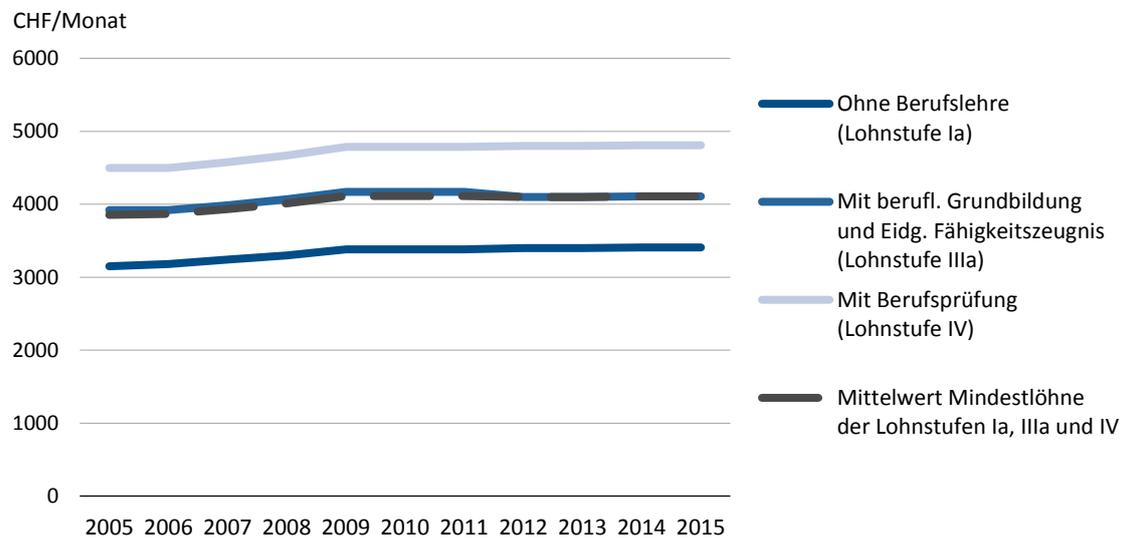
¹⁰ Weiterbildungsaktivitäten werden auch als nichtformale Bildung bezeichnet. Dazu gehören Konferenzen, Seminare, Kurse, Privatunterricht. Nachdiplomstudiengänge werden vom BFS zurzeit noch als Teil der formalen Bildung behandelt und sind hier nicht berücksichtigt. Mit dem geplanten Weiterbildungsgesetz sollen Nachdiplomstudien künftig als Teil der Weiterbildung erfasst werden.

Arbeitsbedingungen trotz schwierigem Umfeld gehalten

Gute Arbeitsbedingungen, angemessene Löhne und Arbeitszeiten sowie ein hohes Gesundheits- und Sicherheitsniveau am Arbeitsplatz sind zentral für die Rekrutierung und die Zufriedenheit des Personals. Weil die Hotellerie sehr personalintensiv ist und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden für die Gäste oft direkt spürbar wird, sind faire Arbeitsbedingungen ein wichtiger Pfeiler für die Qualität der Leistungen und den langfristigen Unternehmenserfolg. Trotz hohem internationalem Konkurrenzdruck und schwierigem wirtschaftlichem Umfeld ist die Hotellerie gefordert, die Arbeitsbedingungen hochzuhalten, nicht zuletzt, weil die Leistungserbringung sehr beschäftigungsintensiv ist und die Arbeitskräfte ortsgebunden sind.

Mindestlöhne sind gerade in Branchen mit einem tiefen Lohnniveau ein wichtiges Instrument, um Niedriglöhne zu vermeiden und innerhalb der Branche ein vergleichbares Lohnniveau zu erreichen. Der Landes-Gesamtarbeitsvertrag des Gastgewerbes (L-GAV) legt die Mindestlöhne für verschiedene Ausbildungsstufen fest. Sie sind seit Jahren etwa konstant (Abbildung 25). Da seit 2012 der volle 13. Monatslohn ausbezahlt werden muss, sind die Mindestlöhne seither etwas höher einzustufen.

Abbildung 25: Mindestlöhne im Gastgewerbe



Grafik INFRAS.

Mindestlöhne gemäss Gesamtarbeitsvertrag im Gastgewerbe (L-GAV) für die Lohnstufen Ia (Mitarbeitende ohne Berufslehre), IIIa (Mitarbeitende mit beruflicher Grundbildung und Eidgenössischem Fähigkeitszeugnis) und IV (Mitarbeitende mit Berufsprüfung) sowie Mittelwert der drei Stufen. Quelle: Kontrollstelle für den L-GAV 2015.

Der durchschnittliche **monatliche Bruttolohn** in der Beherbergung ist zwischen 2008 und 2012 um 7 Prozent auf 4230 Franken gestiegen (BFS 2015c, Schweizerische Lohnstrukturerhebung).¹¹

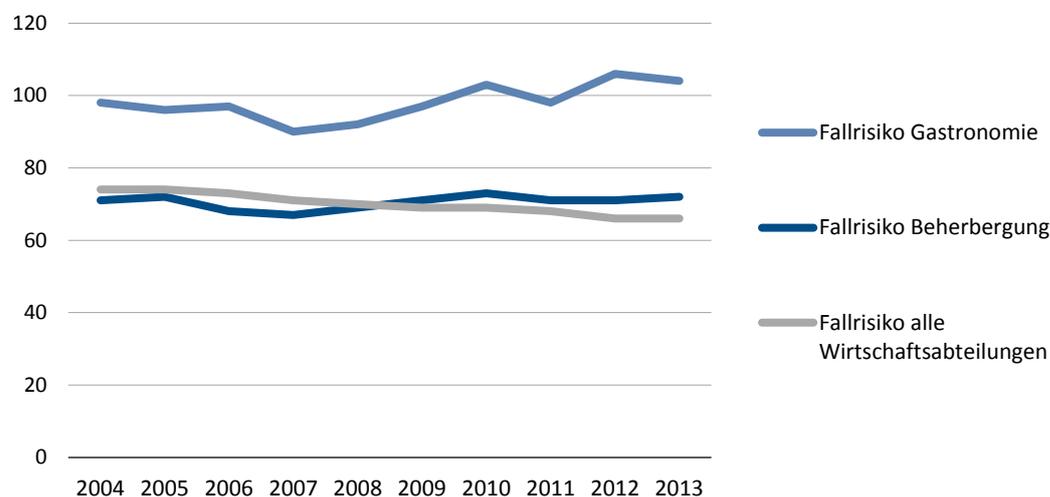
Die **Überstundenquote** im Gastgewerbe beschreibt die nicht kompensierten Überstunden in Prozent der jährlichen Normalarbeitszeit in Beherbergung und Gastronomie. Sie bewegt sich von 2010 bis 2014 zwischen 1,4 und 1,6 Prozent (BFS 2015f). Damit liegt die Überstundenquote im Gastgewerbe unter der durchschnittlichen Überstundenquote aller Wirtschaftsbranchen, die bei 2,4 Prozent liegt.

Gesundheit und Sicherheit zeigen kaum Fortschritte

Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz manifestieren sich durch verschiedene quantitative Kenngrössen, wie etwa die Anzahl der Berufsunfälle oder die Absenzenquote. Die Anzahl der neu registrierten, anerkannten **Berufsunfälle** ist in der langjährigen Betrachtung in der Beherbergung stabil, wohingegen diese Kennzahl für alle Branchen insgesamt abgenommen hat (Abbildung 26).¹² In der Gastronomie haben die Berufsunfälle dagegen zugenommen und liegen auf einem deutlich höheren Niveau.

Abbildung 26: Berufsunfälle

Anzahl Fälle pro 1000 Vollzeitbeschäftigte



Grafik INFRAS.

Fallrisiko für Beherbergung, Gastronomie und alle Wirtschaftsabteilungen: Das Fallrisiko entspricht der Anzahl neu registrierter, anerkannter Berufsunfälle pro 1000 Vollbeschäftigte (inkl. Betriebskrankheiten). Quelle: SSUV 2015.

¹¹ Alle Anforderungsprofile, inkl. Arbeitnehmerbeiträgen an die Sozialversicherung, 13. Monatslohn usw.

¹² Für diese Kennzahl liegen neu berechnete Datenreihen vor. Damit die Zeitreihen konsistent sind, berechnet die Unfallstatistik bei einer Neupublikation rückwirkend für 10 Jahre die Daten neu.

Die **Absenzenquote**, also die jährliche Dauer der Absenzen in Prozent der jährlichen Normalarbeitszeit, gilt als Mass für die physische und psychische Gesundheit der Mitarbeitenden. Die Absenzenquote im Gastgewerbe verändert sich seit Jahren nur wenig und beträgt 2014 3,4 Prozent. Damit liegt sie leicht tiefer als im Durchschnitt aller Wirtschaftssektoren mit 3,7 Prozent (BFS 2015f). Für die Beherbergung liegen keine gesonderten Daten vor.

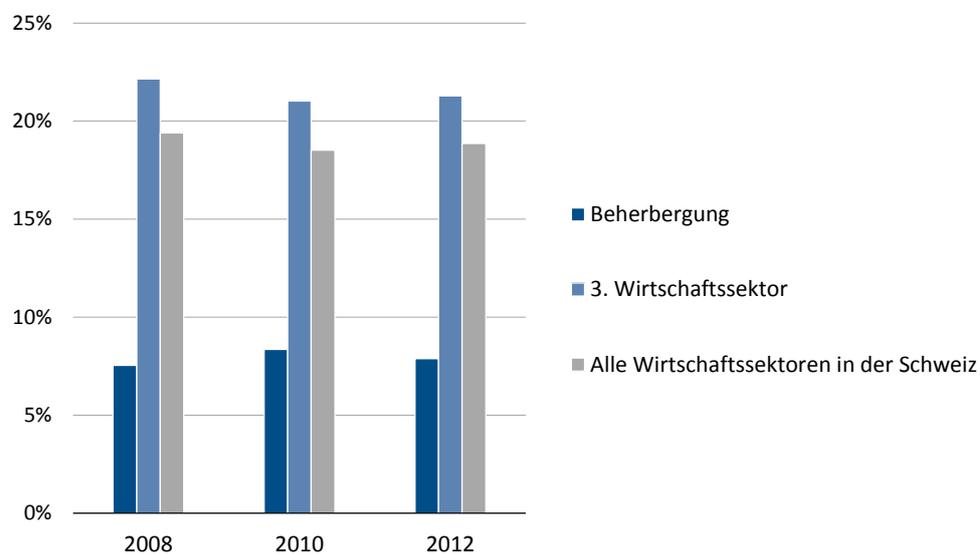
Chancengleichheit als Grundanforderung in einer heterogenen Branche

Die Zusammensetzung der Beschäftigten in der Hotellerie zeichnet sich durch eine hohe Vielfalt aus. Die Hotellerie beschäftigt überdurchschnittlich viele Frauen, ausländische Arbeitskräfte und Personen mit unterschiedlichem Bildungsstand. Von allen Wirtschaftsabschnitten beschäftigt das Gastgewerbe den höchsten Anteil ausländischer Arbeitskräfte, zudem einen überdurchschnittlich hohen Anteil Frauen und junge Arbeitskräfte (BFS 2015a). Dadurch erfüllt die Branche eine wichtige Funktion bei der Beschäftigung von Personen mit tiefem Bildungsstand sowie der Integration von ausländischen Arbeitskräften und Frauen in den Arbeitsmarkt.

Der Frauenanteil der Beschäftigten in der Hotellerie liegt mit 55,9 Prozent höher als im Dienstleistungssektor insgesamt, in dem der Frauenanteil 51,8 Prozent beträgt (hotelleriesuisse 2015a). Der Anteil an ausländischen Arbeitskräften im Schweizer Gastgewerbe ist mit 45 Prozent im Jahr 2014 fast doppelt so hoch wie im Durchschnitt des tertiären Sektors und der höchste unter den Wirtschaftsabschnitten überhaupt (BFS 2015a). Das vergleichsweise tiefe Ausbildungsniveau (siehe Kapitel Bildung) ist ein Zeichen dafür, dass die Hotellerie in der Lage ist, Personen mit tiefem Bildungsstand Beschäftigungsmöglichkeiten anzubieten und damit eine wichtige soziale Funktion wahrzunehmen. Gerade aufgrund dieser vielfältigen Beschäftigtenstruktur sind Chancengleichheit, Aufstiegsmöglichkeiten und Gleichbehandlung von Frauen und Männern eine wichtige Grundvoraussetzung für stabile und faire Arbeitsbeziehungen.

Wie im gesamten tertiären Wirtschaftssektor sind Frauen auch in der Beherbergung weniger in Vorgesetztenfunktionen vertreten als Männer. In Positionen ohne Vorgesetztenfunktion arbeiten dagegen deutlich mehr Frauen als Männer (BFS 2015a). Arbeiten in unteren beruflichen Positionen gehen in der Regel mit einer niedrigen Entlohnung einher. So sind die Unterschiede zwischen den Geschlechtern auch in der Entlohnung feststellbar. Die **Lohnunterschiede** zwischen Frauen und Männern in der Beherbergung sind vergleichsweise gering, haben aber von 7,5 Prozent im Jahr 2008 auf 7,9 Prozent im Jahr 2012 zugenommen (Abbildung 27). Die Entwicklung verläuft entgegen dem Trend in anderen Wirtschaftssektoren, in denen die Lohnunterschiede zwar viel höher liegen, aber im gleichen Zeitraum gesunken sind.

Abbildung 27: Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern, alle beruflichen Stellungen

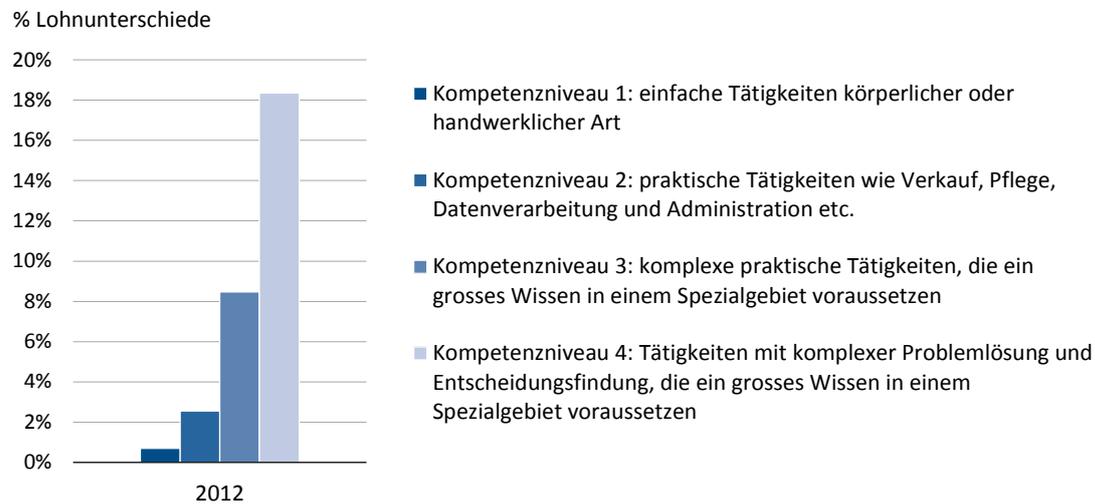


Grafik INFRAS.

Durchschnittliche Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern in der Beherbergung, im tertiären Wirtschaftssektor und in allen Wirtschaftssektoren der Schweiz. Die Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern sind berechnet aus der Differenz der monatlichen Bruttolöhne der Frauen im Verhältnis zum monatlichen Bruttolohn der Männer. Quelle: BFS 2015c, Schweizerische Lohnstrukturerhebung.

Innerhalb der Beherbergung sind in allen Kompetenzniveaus Unterschiede bei der Entlohnung von Frauen und Männern festzustellen, am grössten sind diese jedoch bei anspruchsvollen, schwierigen Arbeiten (Abbildung 28). Da keine längeren Datenreihen verfügbar sind¹³, kann keine Aussage zum Trend gemacht werden.

¹³ Seit der Lohnstrukturerhebung 2012 erfasst das Bundesamt für Statistik (BFS 2015c) die Lohnunterschiede nach Kompetenzniveau, nicht mehr wie bisher nach Lohnkategorie (Anforderungsniveau).

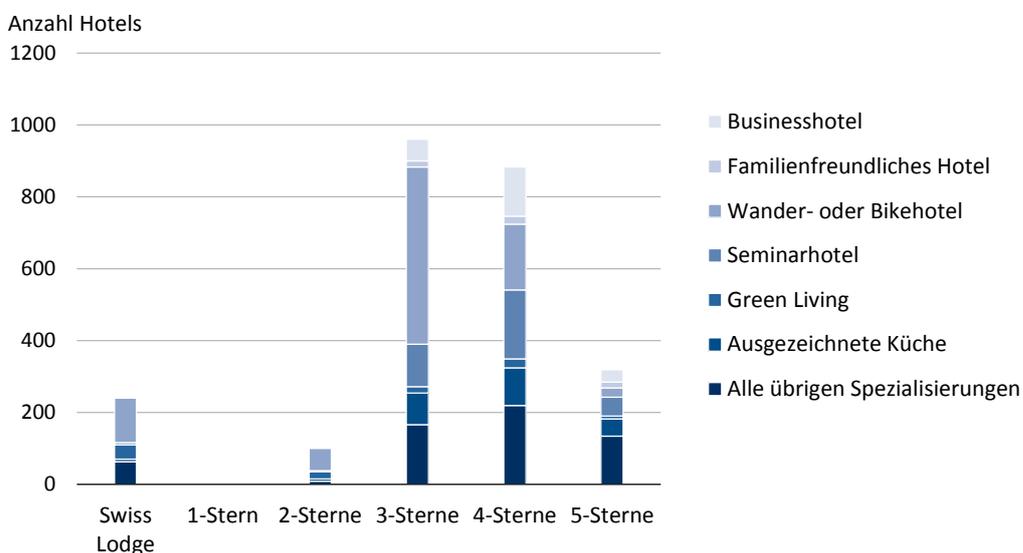
Abbildung 28: Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern nach Kompetenzniveau in der Beherbergung

Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern nach Kompetenzniveau in der Beherbergung. Quelle: BFS 2015c, Schweizerische Lohnstrukturerhebung SAKE.

Vielfalt für vielfältige Gäste

So vielfältig wie die Gäste sind auch deren Wünsche und Erwartungen an die Hotellerie. Erholungssuchende, Geschäftsreisende, Kulturinteressierte, Behinderte oder Familien haben unterschiedliche Bedürfnisse und finanzielle Möglichkeiten. Ein insgesamt vielfältiges Angebot, das allen Gästesegmenten und individuellen Bedürfnissen und Möglichkeiten Rechnung trägt, ist deshalb nicht nur aus qualitativen, sondern auch aus gesellschaftlichen Überlegungen wichtig.

Die Vielfalt des Angebots und die Zufriedenheit der Gäste mit diesem Angebot lassen sich mit quantitativen Informationen nur schlecht abbilden. Als Hilfsgrösse dienen die **Spezialisierungen in verschiedenen Sternekategorien** (Abbildung 29). Spezialisierungskategorien erleichtern dem Gast die Auswahl eines Hotels, indem sie auf den Charakter, die Infrastruktur und die Ausrichtung auf ein bestimmtes Gästesegment eines Hotels hinweisen. Je grösser die Spezialisierung in den einzelnen Preisklassen ist, desto eher kann diese Vielfalt von Gästen mit unterschiedlichen finanziellen Möglichkeiten genutzt werden.

Abbildung 29: Hotels mit Spezialisierungen 2015

Grafik INFRAS.

Ausgewählte Spezialisierungen in den Sternekategorien und bei der Basiskategorie Swiss Lodge. Mitdargestellt sind sowohl Garni-Hotels als auch Superior-Hotels (z. B. 4-Sterne Superior Hotels in der Kategorie 4-Sterne). Die 1-Sterne-Hotellerie verfügt derzeit nur über 1 Hotel mit der Spezialisierung Green Living. Quelle: hotelleriesuisse 2015b (Daten per 17.6.2015).

Die Auswahl an Hotels mit unterschiedlichen Spezialisierungen ist bei den 3- und 4-Sterne-Hotels am höchsten, wobei in diesen Kategorien auch am meisten Betriebe vorzufinden sind. Auch in 5-Sterne-Hotels und bei Swiss Lodge-Betrieben ist ein vielfältiges Angebot vorhanden. In der 1- und 2-Sterne-Hotellerie sind Spezialisierungen hingegen wenig verbreitet. Seit 2008 hat die Anzahl der Spezialisierungen um 35 Prozent zugenommen und umfasst derzeit 2506 Spezialisierungen (hotelleriesuisse 2015b). Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass das Angebot insgesamt vielfältiger und breiter geworden und spezifischer auf individuelle Gästebedürfnisse zugeschnitten ist.

Die Hotellerie bietet den Gästen nicht nur vielfältige Angebote, sondern spielt auch eine wichtige Rolle bei der **Förderung von Kultur in den Regionen**. Ein gutes kulturelles Angebot ist ein Gästebedürfnis und ein Qualitätsmerkmal für eine Tourismusregion, denn es trägt zur Lebensqualität der Bevölkerung in Standortregionen bei. Das kulturelle Engagement der Hotellerie kann nur indirekt abgebildet werden. Das Label *ibex fairstay* (ehemals Steinbocklabel) zeichnet Beherbergungsbetriebe aus, die unter anderem auch einen kulturellen Beitrag in den Regionen leisten, indem sie die Gäste aktiv über Anlässe in der Region informieren. Seit 2002, als das Steinbocklabel (heute *ibex fairstay*) erstmals vergeben wurde, ist die Anzahl zertifizierter Hotels auf 55 Betriebe im Jahr 2015 gestiegen, darunter viele Jugendherbergen.

4. Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung

Resultate in der Übersicht

Nachhaltige Unternehmensführung und die Verbindung von Qualität und Nachhaltigkeit sind in den letzten Jahren wichtiger geworden. Die steigende Anzahl von Betrieben mit Labels und Auszeichnungen zeugt davon. Dennoch sind es insgesamt nur einzelne Betriebe, die Nachhaltigkeitsaspekte umfassend und systematisch in ihre Geschäftstätigkeit integrieren.

Nachhaltige Unternehmensführung wird in der Hotellerie noch nicht auf breiter Basis praktiziert. Die Zahlen lassen darauf schliessen, dass erst wenige Betriebe systematisch ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Aspekte in ihre Geschäftstätigkeiten und Abläufe integrieren und Abwägungen zwischen den drei Nachhaltigkeitsdimensionen vornehmen. In Nischenbereichen ist aber ein Trend auf tiefem Niveau hin zu mehr Nachhaltigkeit und mehr Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen zu erkennen.

Seit dem ersten Nachhaltigkeitsmonitoring haben die Indikatoren im Bereich Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung ihre weitgehend positiven Trends fortgesetzt.

Tabelle 4 zeigt eine Übersicht über die verfügbaren Kenngrössen in diesem Bereich.

Bereich Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung	Entwicklung seit 2008	Datenverlauf 2008 bis 2014
Nachhaltige Unternehmensführung		
Betriebe mit Zertifizierung bzw. Label in Umwelt/Nachhaltigkeit		Ansteigend
Qualität		
Betriebe mit Sternekategorie / klassierte Betriebe		
Anteil QIII-Gütesiegel Hotellerie		

Tabelle 4 Entwicklung und Datenverlauf der Indikatoren im Bereich Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung in Richtung Nachhaltigkeit. Die Entwicklung seit 2008 ist dargestellt durch Wettersymbole:

 Sonne: positive Entwicklung.  Sonne mit Wolke: konstante oder leicht positive Entwicklung.  Wolke: leicht negative Entwicklung.  Regenwolke: negative Entwicklung.

Nachhaltigkeit als übergreifendes Konzept

Eine nachhaltige Unternehmensführung erweitert die markt- oder ressourcenorientierten Ansätze zur Förderung der Leistungsfähigkeit von Unternehmen um ökologische und soziale Faktoren. Diese werden systematisch in sämtlichen Geschäftsprozessen berücksichtigt. Durch nachhaltig geführte Unternehmen leistet die Wirtschaft einen freiwilligen Beitrag an die nachhaltige Entwicklung.

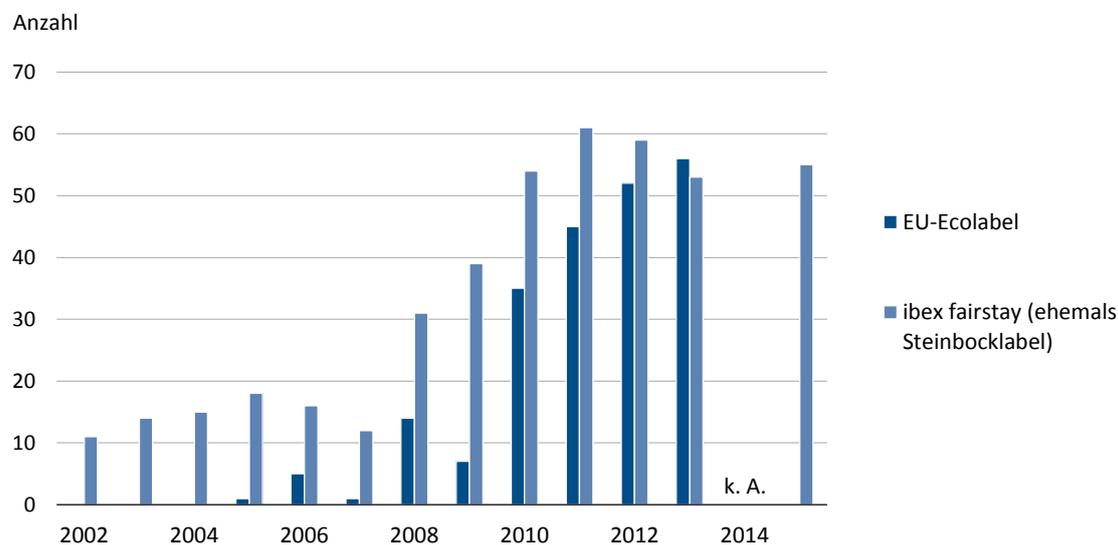
Auch für Tourismusunternehmen und somit für die Hotellerie ist nachhaltige Unternehmensführung relevant. In der Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz wird beispielhafter Nachhaltigkeit und höchster Qualität eine zentrale Bedeutung zugemessen. Die Strategie geht zudem davon aus, dass Umweltverantwortung und ein nachhaltiger Lebensstil in Zukunft an Bedeutung gewinnen werden (SECO 2010). Gäste könnten sich dementsprechend vermehrt auch für die ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer Reise interessieren.

Gute Kommunikation und das Sichtbarmachen von konkreten Nachhaltigkeitsleistungen (z. B. Angebot von Max Havelaar-Produkten, Recycling-Corner im Hotel) ist deshalb besonders wichtig. Allerdings ist zu bedenken, dass je nach Gästesegment das Interesse für Nachhaltigkeitsleistungen sehr unterschiedlich ist. Mit steigendem Anteil an aussereuropäischen Gästen steigen die Anforderungen an eine gute Kommunikation der Nachhaltigkeitsleistungen.

Nachhaltige Unternehmensführung: Basis für Entwicklung in allen Nachhaltigkeitsdimensionen

Labels und Standards sind wichtige Kenngrössen für die nachhaltige Unternehmensführung und deren Kommunikation gegenüber den Gästen. Dazu gehören Labels und Standards, die alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft – berücksichtigen, aber auch Umweltlabels, die speziell die ökologische Unternehmensführung in den Vordergrund stellen.

Ein umfassendes Nachhaltigkeitslabel ist **ibex fairstay** (früher Steinbocklabel), das die Bereiche Soziales, Wirtschaftlichkeit, Management, Umwelt und regionale Verankerung abdeckt. Das Label misst nicht nur das Managementsystem des Hotels, sondern auch konkrete Massnahmen und die erreichte Leistung. Es wurde 2002 erstmals vergeben. 2011 verfügten 61 Hotels in der Schweiz über dieses Label (Abbildung 30). Seither ist die Anzahl der ibex fairstay - Labels rückläufig, da einzelne Hotels vermutlich aus Kosten- oder Aufwandsgründen auf eine Rezertifizierung verzichten.

Abbildung 30: Beherbergungsbetriebe mit Nachhaltigkeitslabel

Grafik INFRAS.

Die Anzahl Beherbergungsbetriebe mit Nachhaltigkeitslabel EU-Ecolabel oder ibex fairstay. Datenquelle: STV 2015 (EU-Ecolabel) und ibex fairstay 2015.

Das **EU-Ecolabel** ist ein europäisches Umweltlabel. Es signalisiert dem Gast, dass der Betrieb sorgsam mit Energie und Wasser umgeht, seinen Abfall reduziert und bevorzugt umweltfreundliche Stoffe verwendet. Die Anzahl der EU-Ecolabel-Hotels ist in den letzten Jahren stark angestiegen: 2008 waren 14 Hotels mit dem Label ausgezeichnet, 2013 bereits 45 (Abbildung 30).

Die zwei **Spezialisierungen Green Living und Sustainable Living** zeichnen Hotels mit besonderem Nachhaltigkeitsengagement aus und machen somit die teilweise unübersichtliche Landschaft an verschiedenen Nachhaltigkeitslabels verständlicher. Die Spezialisierungen verwenden keinen eigenen Kriterienkatalog, sondern bauen ausschliesslich auf bestehenden Labels auf. Über die Spezialisierung Green Living verfügen derzeit 114 Betriebe. Sustainable Living ist eine umfassendere Auszeichnung für derzeit 45 Betriebe, die sich in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit engagieren (hotelleriesuisse 2015b).

Als Zertifizierung für eine ökologische Betriebsführung ist die internationale **Umweltmanagementnorm ISO 14001** bei Unternehmen aller Wirtschaftsbranchen weitverbreitet. Ein zertifiziertes Hotel muss sich quantifizierte Umweltziele setzen und diese regelmässig überprüfen lassen. Die Norm ISO 14001 sagt jedoch nicht aus, welche Bereiche für ein Hotel besonders umweltrelevant sind und wie ökologisch der Betrieb sein soll – das muss das Hotel selbst festlegen.

Die Anzahl der ISO-14001-Zertifizierungen wurde aufgrund von Umfragen der International Organisation for Standardisation (ISO) bei verschiedenen Akkreditierungsstellen ermittelt. Für die Schweizer Hotels und Restaurants ist sie nur annähernd bekannt. Es zeigt sich eine positive

Entwicklung von zirka 34 ISO-14001-Zertifizierungen im Jahr 2009 auf 61 im Jahr 2013 (ISO 2015).

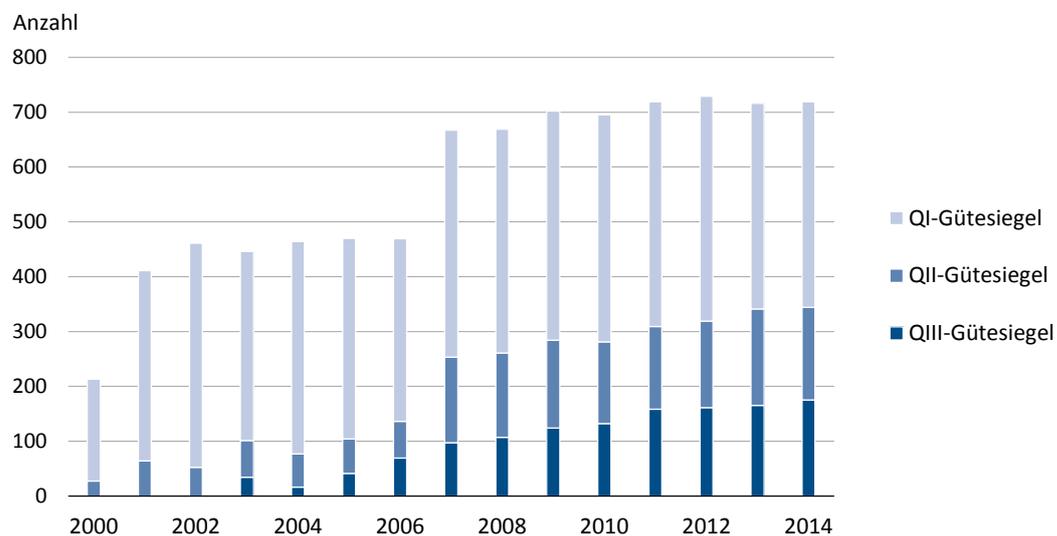
Insgesamt zeigt sich über alle Labels hinweg ein positiver Trend, der angesichts der bescheidenen Anzahl zertifizierter Hotels aber auf tiefem Niveau verbleibt.

Qualität und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand

Die Schweiz ist ein Hochpreisland und ein Land, das für hohe Qualität bekannt ist. Diese zu fördern und zu erhalten, ist für das langfristige Überleben der Hotellerie relevant – aber auch aus einer Nachhaltigkeitsoptik von Vorteil. Oft gehen Qualitätslabels Hand in Hand mit Nachhaltigkeitsleistungen, dienen als Grundlage oder decken selbst gewisse ökologische oder soziale Aspekte ab. Umgekehrt können sich auch Nachhaltigkeitsleistungen, die sichtbar gemacht werden, als Bestandteil hoher Qualität etablieren und von den Gästen honoriert werden.

Transparenz und Kommunikation mittels Labels und Standards sind bei Qualitäts- und Nachhaltigkeitsauszeichnungen wichtig. Die **Hotelklassifikation durch Sterne bzw. Basiskategorie** bietet den Gästen die Möglichkeit, sich bereits vor dem Besuch über Servicequalität, Infrastruktur und Ausstattung eines Hotels zu informieren. 39 Prozent aller Hotels- und Kurbetriebe in der Schweiz sind derzeit durch hotelleriesuisse klassiert, bieten also eine gewisse Orientierungsmöglichkeit für die Gäste (hotelleriesuisse 2015b).

Das **Qualitätsprogramm des Schweizer Tourismus**, das von allen grossen touristischen Verbänden getragen wird, fördert die Qualitätsentwicklung und die Qualitätssicherung in touristischen Betrieben. Die dreistufigen Q-Gütesiegel berücksichtigen auf den Stufen I und II auch einige Umwelt- und Sozialkriterien. Die Stufe III ist umfassender und entspricht einem anerkannten Qualitätsmanagementsystem (HSLU 2011a, Schweizerischer Tourismus-Verband 2013). Hotelbetriebe, die sowohl ihre hohen Qualitäts- als auch ihre Nachhaltigkeitsleistungen auszeichnen möchten, können über die Kombi-Zertifizierung das ibex fairstay-Labels und das QIII-Gütesiegel zeitgleich erwerben. Im Jahr 2014 verfügten 719 Hotels über ein Q-Gütesiegel. (Abbildung 31).

Abbildung 31: Q-Gütesiegel in der Hotellerie

Grafik INFRAS.

Anzahl Hotelbetriebe mit gültigen Auszeichnungen (QI, QII und QIII). Quelle: STV 2015, Qualitätsprogramm des Schweizer Tourismus, Statistiken des Qualitätsprogramms.

Die Anzahl Hotels mit Q-Gütesiegel ist seit 2000 gestiegen, stagniert aber seit 2011. Fortschreitend ist hingegen der Trend hin zu höheren Qualitätsstandards. Bereits 24 Prozent der Betriebe mit Q-Gütesiegel haben die höchste Stufe QIII erreicht, verfügen also über ein umfassendes anerkanntes Qualitätsmanagementsystem.

Teil II: Fokus auf zwei aktuelle Nachhaltigkeitsthemen

Nachhaltigkeit in der Hotellerie umfasst verschiedene Facetten und Ebenen in ökologischen, gesellschaftlichen/sozialen und wirtschaftlichen Bereichen. Für viele Nachhaltigkeitsaspekte liegen keine Daten auf Branchenebene vor. Um dennoch Aussagen zur Bedeutung, zum aktuellen Stand und zur Entwicklung in der Hotellerie zu machen, hat hotelleriesuisse im zweiten Monitoring erneut den Schwerpunkt auf zwei Themen gelegt und dazu eine Umfrage bei Hoteliers durchgeführt (Umfrageteilnehmende und Repräsentativität siehe Anhang).

Mit dem Thema **Food Waste** widmet sich die Umfrage einem aktuellen Umwelt- und Nachhaltigkeitsthema, das die Hotelgastronomie betrifft (Kapitel 5). Fachpersonen gehen aufgrund von Fallstudien davon aus, dass durch aktives Management die Lebensmittelabfälle stark reduziert werden können.

Das zweite Thema befasst sich mit einem Aspekt des sozialen Engagements, der **Barrierefreiheit** in der Hotellerie (Kapitel 6). Sie erlaubt es Menschen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen, gleichgestellt am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen – so auch als Hotelgast in den Ferien oder als Geschäftsreisende.

5. Fokus Food Waste

Die Reduktion von Food Waste ist ein Nachhaltigkeitsthema, das in den letzten Jahren auf die Agenda der Politik gekommen ist und verstärkt im Fokus der Öffentlichkeit steht. Vereine und Organisationen wie foodwaste.ch und United Against Waste haben sich des Themas angenommen. Im Rahmen des Aktionsplans «Grüne Wirtschaft» will auch der Bundesrat einen Beitrag zur Reduktion der Nahrungsmittelabfälle in der Schweiz leisten.

Unter Food Waste werden Lebensmittel verstanden, die auf dem Weg vom Feld bis zu den Konsumenten und Konsumentinnen verloren gehen, verderben oder weggeworfen werden. Weltweit und in der Schweiz sind dies rund ein Drittel aller produzierten Lebensmittel (WWF Schweiz 2012). Mit den Verlusten gehen nicht notwendige Umweltbelastungen einher, etwa unnötige Landnutzung, Wasserverbrauch und Treibhausgasemissionen.

In der Schweiz ist die Ernährung für 28 Prozent der Gesamtumweltbelastungen verantwortlich (WWF Schweiz 2012). Diese Belastungen könnten stark reduziert werden, wenn Nahrungsmittel besser genutzt würden. Studien gehen davon aus, dass durch geringere Nahrungsmittelabfälle die Umweltbelastungen der Ernährung um bis zu elf Prozent reduziert werden könnten (ESU-Services 2012). Die Reduktion von Lebensmittelabfällen gilt auch weltweit als eine Top-Priorität, um die Ressourceneffizienz zu verbessern und somit auch die Ernährungssicherheit zu fördern (Mc Kinsey 2011, FAO 2015).

Gemäss aktuellen Schätzungen entfallen rund 260 000 Tonnen der Lebensmittelabfälle auf die Food-Service-Branche, also auf Lebensmittelherstellung, Handel und Gastronomieunternehmen. Das sind 12 Prozent des Food Waste in der Schweiz (United Against Waste 2015c). Die Hotellerie hat mit der Hotelgastronomie einen wichtigen Hebel, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Branchenweit liegen für die Hotellerie zwar derzeit keine umfassenden Daten zu Food Waste vor, doch Fallstudien lassen auf hohes Reduktionspotenzial schliessen. So ermittelte beispielsweise eine Studie von United Against Waste und hotelleriesuisse, die 17 Betriebe genauer unter die Lupe nahm, im Durchschnitt 191 Gramm Lebensmittelabfall pro Gast (htr 2015a). Neben ökologischen Verbesserungen führt die Reduktion von Lebensmittelabfällen in der Regel auch zu Kosteneinsparungen in den Betrieben. Die 17 Betriebe der Fallstudie kostete der Food Waste durchschnittlich einen Franken pro Gast – wobei die Studie bei den Betrieben grosse Unterschiede feststellte (htr 2015a).

Während diese Studie einzelne Betriebe fallweise genauer betrachtete und sie beim Umsetzen von Massnahmen unterstützte, vermittelt die hier präsentierte Umfrage ein breiteres Bild zur Bedeutung von Food Waste in der Hotellerie.

Food Waste ist für die Betriebe ein wichtiges Thema

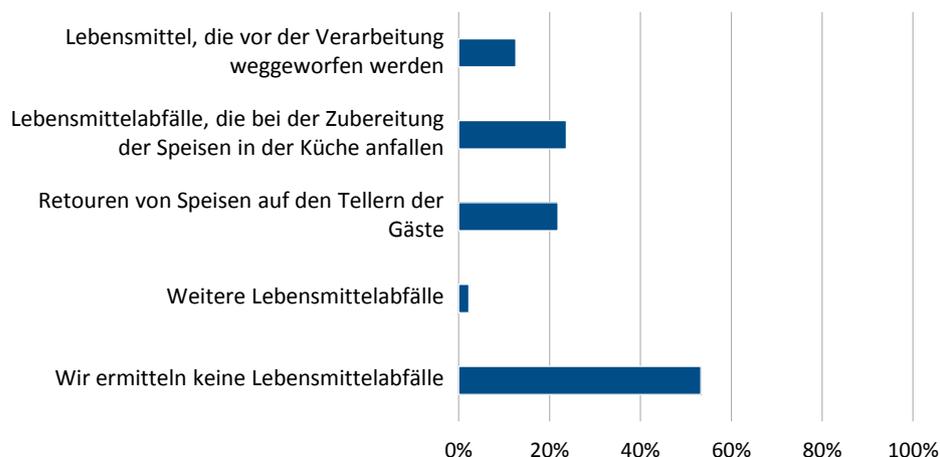
Die Umfrageergebnisse zeigen, dass die Reduktion von Lebensmittelabfällen für die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden von Bedeutung ist. Das Thema hat aber offenbar noch keinen sehr hohen Stellenwert in den Betrieben erreicht, denn rund ein Fünftel der Befragten gibt an, diesbezüglich noch nicht alle wirtschaftlich sinnvollen Massnahmen getroffen zu haben. Hier besteht offensichtlich Handlungspotenzial.

Lebensmittelabfälle werden selten gemessen

Ein erster Schritt zur Reduktion von Food Waste in Grossküchen ist es, Lebensmittelabfälle von anderen Abfällen zu trennen und zu wägen oder zu messen. Sind die Mengen an Abfällen bekannt, ruft dies die Problematik ins Bewusstsein der Verantwortlichen und fördert deren Engagement. Zudem können die wichtigsten Ursachen ermittelt werden, indem Food Waste nach Fraktionen getrennt wird – z. B. in abgelaufene Lebensmittel, Rüstabfälle und Speisereste.

Mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmenden ermittelt derzeit keine Lebensmittelabfälle in ihrer Hotelküche (Abbildung 32). 24 Prozent der Teilnehmenden messen die Lebensmittelabfälle, die bei der Zubereitung von Speisen in der Küche anfallen. Die Retouren von Speisen auf den Tellern werden fast ebenso oft ermittelt, seltener hingegen abgelaufene oder verdorbene Lebensmittel, die schon vor der Verarbeitung weggeworfen werden müssen. Nur neun Prozent der Umfrageteilnehmenden geben an, alle drei Abfallfraktionen zu messen, d. h. vorrätige, abgelaufene Lebensmittel, Rüstabfälle der Küche und Speisereste auf dem Teller.

Abbildung 32: Welche Lebensmittelabfälle ermittelt Ihr Betrieb durch Messen oder Wägen?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 271, Mehrfachauswahl möglich. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Praxisbeispiel 1: Hotel Weiss Kreuz, Thusis

Lebensmittelabfälle sichtbar machen. Das Messen motiviert und holt das ganze Team ins Boot.

Das Hotel Weiss Kreuz im bündnerischen Thusis ist ein 3-Sterne-Komfort-Hotel mit Tradition. Nicole und Thomas Rüegg-Banzer führen den Familienbetrieb in dritter Generation. Der Betrieb setzt sich seit längerer Zeit mit dem Thema Lebensmittelabfall auseinander und hat verschiedene Optimierungen eingeführt.

Im Rahmen des Beratungsangebots von United Against Waste mass das Team im Frühling 2015 erstmals während vier Wochen die gesamten Lebensmittelabfälle der täglich rund hundert Essensausgaben und machte sie so fassbar. «Das Ergebnis der Abfallerhebung bestätigt, dass sich unser Engagement auch finanziell lohnt. Das bedeutet eine zusätzliche Motivation für das gesamte Team», so Thomas Rüegg, Direktor des Hotels Weiss Kreuz.



Nicole und Thomas Rüegg-Banzer,
Direktion/Inhaber, Hotel Weiss Kreuz
(Foto: Dolores Rupa, Chur)

Kombination verschiedener Massnahmen als Schlüssel für Erfolg

Der Erfolg liegt in einer Kombination verschiedener Massnahmen: Abfall wird getrennt gesammelt und für das Personal sichtbar gemacht. Das Quantifizieren und Visualisieren der Lebensmittelabfälle sei wichtig, um das Bewusstsein zu fördern und auch längerfristig den Verlauf und Verbesserungen aufzuzeigen. Die Lagerung hat das Team optimiert sowie die Menügrössen kritisch hinterfragt und entsprechend reduziert. Kommunikation sowie Rücksprache zwischen Küche und Service wurden verbessert und wertvolle Informationen zu Retouren fliessen nun direkt in die Planung und den Wareneinsatz ein.



Hotel Weiss Kreuz (Foto: Hü7 Design Thusis)

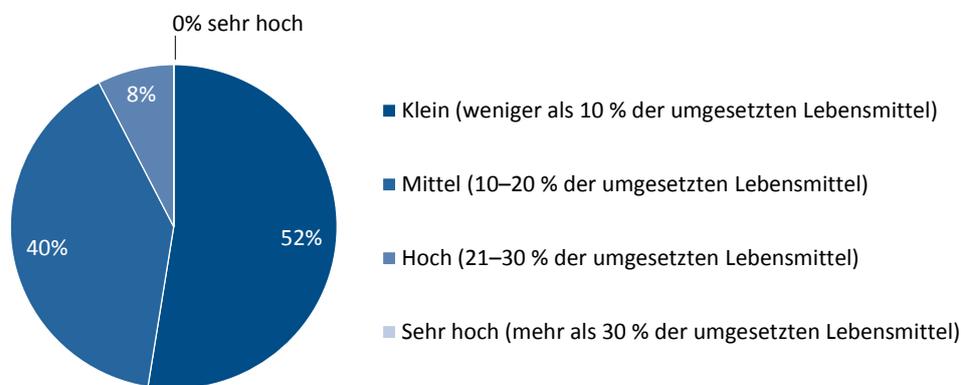
Die Mitarbeitenden sind sensibilisiert auf den Wert der Lebensmittel, betriebswirtschaftlich aber auch zur gesamtheitlichen ökologischen Verantwortung. Sie diskutieren an internen Schulungen Verbesserungsmöglichkeiten und setzen sie um. Dies trägt zur Reduktion von unnötigem Ressourcenverbrauch bei.

«Wir stehen noch am Anfang, der Virus ist jedoch gesetzt und zeigt Wirkung», betont Thomas Rüegg. Es gebe noch vieles, was möglich sei. «Bisher haben sich alle Massnahmen gelohnt», ergänzt er.

Der Handlungsspielraum wird unterschätzt

Die Mehrzahl der Umfrageteilnehmenden schätzt den Verlust durch Lebensmittelabfälle in ihrem Hotel als gering ein. Sie gehen davon aus, dass weniger als 10 Prozent der umgesetzten Lebensmittel verloren gehen. 40 Prozent der Befragten schätzen die Food Waste-Menge als Mittel ein. Nur ein geringer Teil der Befragten geht davon aus, dass grosse Mengen an Food Waste anfallen. Als sehr gross wird die Food Waste-Menge von keinem Umfrageteilnehmer eingeschätzt (Abbildung 33).

Abbildung 33: Wie hoch sind bzw. wie hoch schätzen Sie die Mengen an Food Waste, die in Ihrem Betrieb insgesamt anfallen?

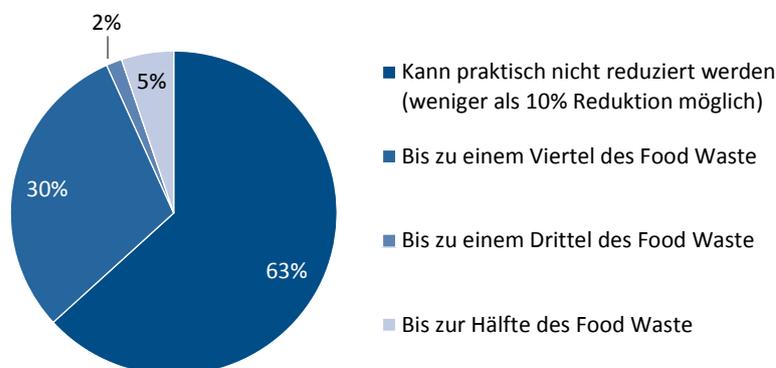


Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 198. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Ebenso schätzt auch die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden das Potenzial, Food Waste zu reduzieren, als gering ein (Abbildung 34). Ein Drittel der Befragten schätzt, dass bis zu einem Viertel der Lebensmittelabfälle vermieden werden könnte. Nur wenige Umfrageteilnehmer sehen ein hohes oder sehr hohes Reduktionspotenzial.

Abbildung 34: Welcher Anteil an Food Waste könnte in Ihrem Betrieb reduziert werden?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 193. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Dass sowohl die Mengen an Food Waste als auch das Reduktionspotenzial insgesamt eher tief eingeschätzt werden, kontrastiert mit konkreten Erfahrungen und Messwerten in Einzelbetrieben. Praxisbeispiele zeigen, dass durch Massnahmen beträchtliche Erfolge erzielt werden konnten. So konnte beispielsweise die SV Group den Food Waste innerhalb von fünf Jahren um 35 Prozent senken, hauptsächlich durch Reduktion der Speisereste und der Überproduktion (Foodways Consulting 2013). Auch das Hotel Belvoir in Rüslikon konnte die Abfälle mithilfe einer detaillierten Analyse und massgeschneiderter Massnahmen innerhalb von nur drei Wochen um 30 Prozent reduzieren (United Against Waste 2015a, htr 2015). Ebenfalls gute Ergebnisse konnte die österreichische Gastronomie ausweisen: Bei Erhebungen in 45 Küchenbetrieben lag der Lebensmittelabfall bei 5 bis 45 Prozent des ausgegebenen Essens – ohne Zubereitungsreste und somit theoretisch vermeidbar (United Against Waste 2015b). Dieser Vergleich mit Fallbeispielen aus der Praxis lässt darauf schliessen, dass möglicherweise sowohl die Food Waste-Mengen als auch das Reduktionspotenzial von den Hoteliers generell unterschätzt werden.

Praxisbeispiel 2: Hotel Belvoir, Rüschlikon

Produktionsabläufe verbessert und Qualität mit bedarfsgerechten Angeboten ausgebaut

Das 4-Sterne Superior Hotel Belvoir in Rüschlikon am Zürichsee ist spezialisiert in den Bereichen Business, Privatveranstaltungen und Erholung. Das Team verköstigt die Gäste mit täglich rund 170 Mahlzeiten. Es erstellte eine detaillierte Analyse der Lebensmittelabfälle über den Zeitraum von einem Monat und erhielt dadurch eine Grundlage für gezielte Massnahmen. Gewicht, Menge, Produktart und Ursache der Reste wurden erfasst. Das Erfassungstool mit hinterlegten Produktkosten errechnete die jeweiligen Abfallkosten. Das Ergebnis zeigte auf, dass die Lebensmittelabfälle in nur drei Wochen um 30 Prozent reduziert werden konnten. Der Betrieb sparte somit rund 3000 Franken. «Die Gegenüberstellung der weggeworfenen Waren mit den entstandenen Mehrkosten war besonders hilfreich. Es motivierte das Küchenteam, die Abfälle stets weiter zu vermindern», sagt Reto Vögeli, Küchenchef des Hotels Belvoir.



Reto Vögeli, Küchenchef Hotel Belvoir
(Foto: Niklas Thiemann FOTODESIGN)

Massnahmen vom Buffet bis zum Seminar

«Durch die Analyse und dank den Erkenntnissen konnten wir die Produktionsabläufe und das Angebot überarbeiten und verbessern. Gleichzeitig wurde die Qualität der Gerichte ausgebaut», hebt Reto Vögeli hervor. So wird das Salatbuffet neu ausschliesslich am Mittag serviert. Am Abend gibt es die Vorspeisen neu als Tellergerichte. Zusätzlich zur Verminderung der Abfallreduktion werden so auch die individuellen Wünsche der Gäste berücksichtigt. Neu wird das Brot nicht im Voraus, sondern nach Bedarf geschnitten, um die grosse Menge an Abfall zu verringern. Dazu werden im Abendgeschäft vermehrt Brötchen verwendet, die innerhalb kürzester Zeit aufgebacken und knusprig serviert werden. Bei der Seminargastronomie liegt der Fokus auf Tellergerichten oder auf «Flying Service». Somit kann die Menge in Portion und Grösse auf die Anzahl Gäste besser abgestimmt werden, als dies mit einem Buffet der Fall wäre.



Buffet Hotel Belvoir
(Foto: Niklas Thiemann FOTODESIGN)

«Jeder Betrieb hat seine eigenen Herausforderungen, je nach Konzept und Betriebsart», betont Martin von Moos, Gastgeber und Geschäftsführer des Hotels Belvoir: «Wir haben massgeschneiderte Massnahmen in den drei Bereichen Planung & Einkauf, Produktion sowie Verkauf & Angebotsgestaltung umgesetzt und eine Reduktion der Lebensmittelabfälle erreicht, ohne dass das Angebot an Attraktivität einbüsst und die Gäste etwas davon bemerken».

Die Massnahmen beginnen bei Menuplanung und Einkauf

Auch wenn das Lebensmittelrecht¹⁴ der Verminderung von Food Waste Schranken setzt, bleibt für Hoteliers ein gewisser Handlungsspielraum. Sie können beispielsweise Food Waste vermeiden oder vermindern durch optimierte Menuplanung, genaue Planung beim Einkauf von Rohwaren oder das Management der Lagerbestände. Die Umfrageteilnehmenden treffen solche Massnahmen bereits in den meisten Fällen (Abbildung 35). Etwas weniger oft wird in den Hotelküchen genau nach Rezept gearbeitet, um Food Waste zu vermeiden. Auch weniger oft setzen die Umfrageteilnehmenden Massnahmen um, welche die Menge und die Vielfalt des Angebots betreffen und somit für Gäste sichtbar sind. Spielraum für Verbesserungen besteht bei allen Massnahmen.

«Eben erst den Food Waste-Kurs hinter mir und ab kommender Saison werden wir mit diversen Messverfahren beginnen.»

«Weniger Abfälle dank unserem neuen Küchenchef, davor war die Quantität höher.»

«Wir versuchen alle Lebensmittel soweit wie möglich weiterzuverarbeiten und unsere Vorräte so anzulegen, dass es keine abgelaufenen Überbestände gibt.»

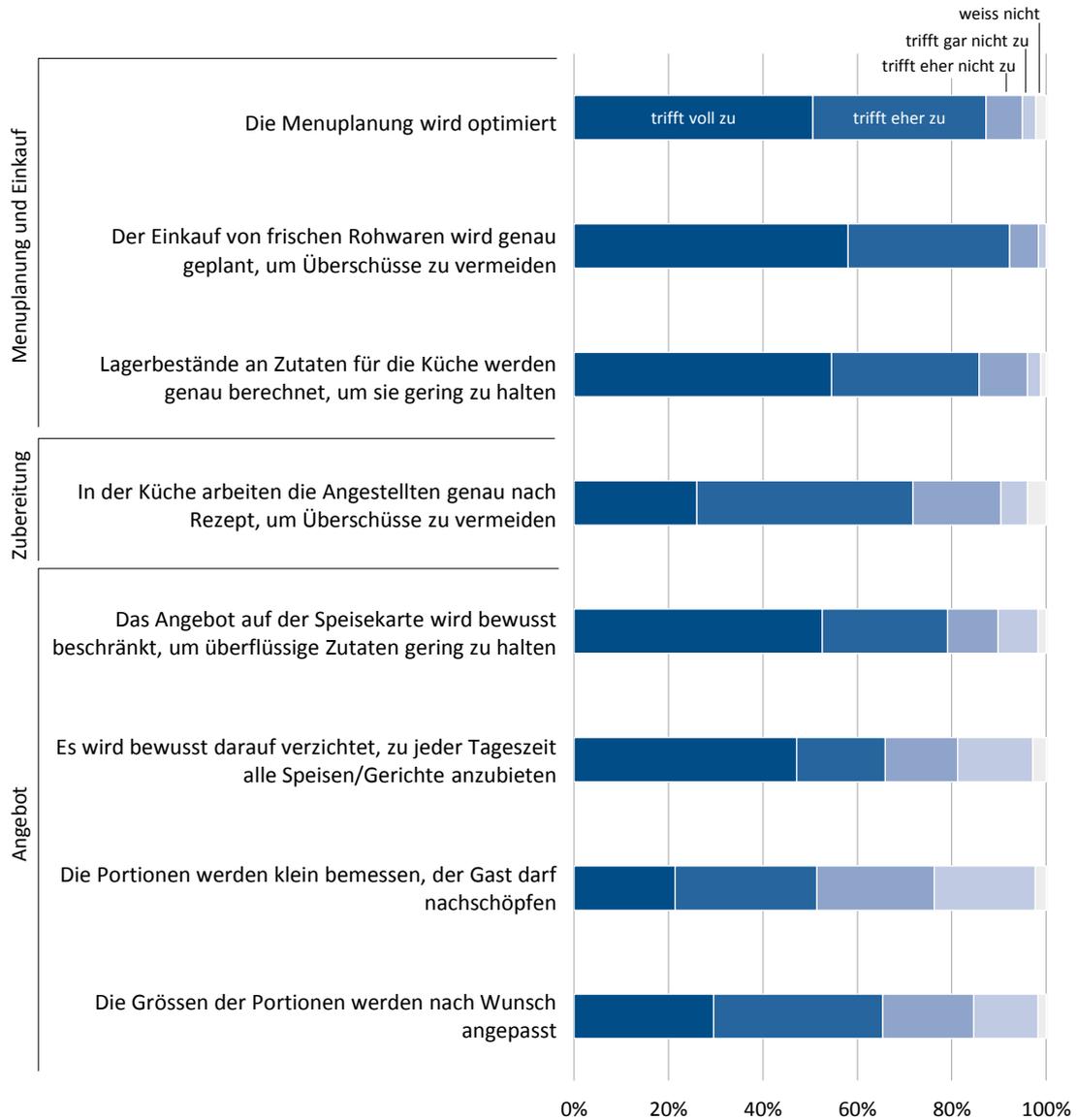
«Wir verarbeiten Reste zu Suppe für unsere Suppenstube.»

«Die Mitarbeitenden machen Vorschläge wie z. B. Suppen einfrieren statt wegschmeissen.»

«Die gute alte Schule wäre eigentlich ausreichend. Disziplin und Werterhaltung lassen einer Verschwendung normalerweise keinen Platz.»

¹⁴ Dieses ist in den Leitlinien gute Verfahrenspraxis im Gastgewerbe (GVG), Kapitel 2.3.9 «Überproduktion, Resteverwertung, Entsorgung» beschrieben.

Abbildung 35: Welche Massnahmen zum Vermeiden/Vermindern von Food Waste trifft Ihr Betrieb?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 177. Quelle: INFRAS/hotellerie-suisse 2015.

Praxisbeispiel 3: Hotel Radisson Blu, Basel

Die Food Waste-Thematik ist in der Nachhaltigkeitsstrategie «Responsible Business» verankert.

Das Businesshotel Radisson Blu Basel liegt im Stadtzentrum. Das Hotel verfügt über 206 Gästezimmer und Suiten. Das Filini Bar & Restaurant bietet ausgewählte italienische Spezialitäten an, und die Oval Bar & Lounge ist ein beliebter Treffpunkt für Hotelgäste sowie Einheimische. Die acht modernen und zum Teil kombinierbaren Konferenzräume bieten Platz für Veranstaltungen für bis zu 400 Personen. Seit einigen Jahren engagiert sich das Radisson Blu für die Nachhaltigkeit im Rahmen des Programms «Responsible Business» (RB) der Carlson-Rezidor Gruppe. Jedes Hotel hat einen eigenen RB-Aktionsplan, der neben Food Waste auch andere Bereiche umfasst, wie zum Beispiel das Energiebewusstsein oder den ethischen Umgang mit Gästen und Mitarbeitern.

Das Hotel Radisson Blu konnte im Verlauf der letzten zwei Jahre die Food Cost um etwa 3 Prozent senken. «Seit gut 18 Monaten erfassen wir die Werte; von der Produktion über abgelaufene Esswaren bis hin zum Rücklauf aus den Outlets. Wir sind im Schnitt bei etwa 200 Gramm pro Gast angelangt, was doch etwa 30 Gramm weniger sind als zu Beginn der Erfassung», erklärt Felix Hauser, General Manager vom Radisson Blu. «Die neue Definition der Portionen und der Turnover an den Buffets tragen wesentlich zur Reduktion bei.»

«Aber nicht nur die Reduktion von Lebensmittelabfällen, sondern auch z.B. der Einkauf durch die Bündelung des Einkaufsvolumens aller Schweizer Häuser im Bereich Gemüse, Früchte, Fleisch und Fisch trägt zu diesem Ergebnis bei», erklärt Hauser weiter. Das Radisson Blu arbeitet wo immer möglich mit



Felix Hauser, General Manager vom Radisson Blu, Basel
(Foto: Soenne – Architekturfotograf, Aachen)



Restaurant Fillini, Radisson Blu
(Foto: Soenne – Architekturfotograf, Aachen)

regionalen Lieferanten zusammen, welche ebenso die ISO-Zertifizierung 14001 besitzen und regionale Produkte benutzen.

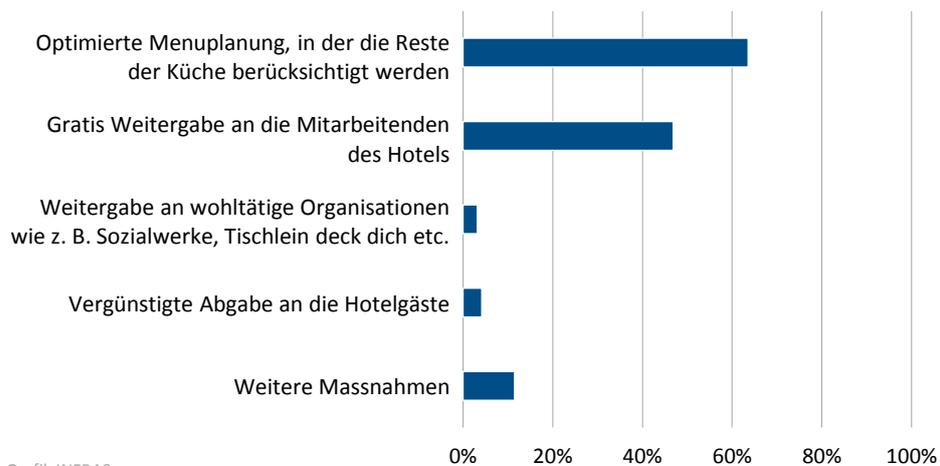
In der Küche des Radisson Blu wird zudem auf Menu Engineering fokussiert, vor allem hinsichtlich Banketten und Caterings, welche bezüglich Mengen umfassend genug gestaltet werden, um zumindest von Überschneidungen im Angebot zu profitieren. Teilweise funktioniert dies auch beim Tages- und Wochenangebot im Restaurant. Zur Vermeidung und Verminderung von Lebensmittelabfällen wurde der Anteil Convenience Food reduziert, wurden neue Portionierungen eingeführt und Rezepturen umgesetzt. Weiter werden beispielsweise aus Gemüse-reste kreative und schmackhafte Suppen zubereitet.

«Die gute Nachfrage nach unserem Restaurant und unserem Banqueting/Catering gibt uns recht. Frisch zubereitete Speisen, attraktiv präsentiert und mit vernünftigen Portionen bestätigen den Erfolg unseres Konzepts», freut sich Hauser. In Planung ist die Neugestaltung des Frühstücksbuffets. Das Angebot auf dem Buffet soll zukünftig um rund 20 Prozent reduziert werden. Jedoch wird alles à la carte weiter erhältlich sein.

Zu viel produzierte Speisen, die nicht zu den Gästen gelangen, sind nie vollständig vermeidbar. Sie können aber für die Zubereitung von späteren Menus verwertet werden, wenn die Menüplanung entsprechend optimiert ist. So kann die Küche beispielsweise aus Basisprodukten möglichst viele verschiedene Gerichte produzieren oder Reste auf dem Frühstücksbuffet anbieten. Auch innovative Gourmet-Rezepte wie z. B. Kopfsalat-Panna-Cotta eignen sich für die Resteverwertung.

Mehr als 60 Prozent der Umfrageteilnehmenden geben an, die Menüplanung zu optimieren und die Reste der Küche zu berücksichtigen (Abbildung 36). Knapp die Hälfte gibt Reste an die Mitarbeitenden des Hotels weiter, z. B. beim Mitarbeiteressen, das mit der Menüplanung abgestimmt ist oder bei dem unberührte Reste konsumiert werden. Nur ein kleiner Teil der Umfrageteilnehmenden gibt Überbestände im Lebensmittelvorrat an wohltätige Organisationen oder an Hotelgäste weiter.

Abbildung 36: Welche Massnahmen zum Verwerten/Weitergeben von Food Waste trifft Ihr Betrieb?



Grafik INFRAS.

Nutzung der Massnahmen zur Verwertung/Weitergabe von Food Waste (% der Ja-Antworten. Anzahl Antworten: 193). Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Wie kann die Hotellerie Food Waste reduzieren?

Food Waste ermitteln

- Lebensmittelabfälle sammeln, messen oder wägen, um Mengen und Ursachen zu ermitteln und diese sichtbar zu machen. Dies geht besser, wenn die Abfälle in Fraktionen separat gesammelt werden, z. B. Produktionsabfälle, zu viel produzierte Speisen in der Küche und Tellerrückläufe.
- Erhebungstools oder professionelle Erstanalysen nutzen (z. B. mit der [App von United Against Waste](#)).

Bewusstsein schaffen

- Kostenrechnungen anstellen. Oft zeigen diese ein bemerkenswertes Sparpotenzial aufgrund der Reduktion von Lebensmittelabfällen.
- Das Küchen- und Servicepersonal für die Food Waste-Thematik sensibilisieren und informieren (z. B. mit Informationsmaterial von [United Against Waste](#)) und dabei den Austausch zwischen Küche und Service fördern.
- Die Köche, Küchenchefs und Gastronomieverantwortliche weiterbilden (z. B. [Fachkurs von United Against Waste](#)).
- Gäste informieren und ihr Verständnis für die Food Waste-Thematik fördern.

Food Waste vermeiden oder vermindern

- Die Menüplanung optimieren und den Einkauf der frischen Zutaten genau planen.
- Lagerbestände gering halten und bewusst bewirtschaften, um abgelaufene Vorräte zu vermeiden. Die Haltbarkeit der Produkte verlängern (z. B. durch weniger Vorproduktion, kleinere Verpackungsmengen und Vakuumieren).
- In der Küche genau nach Rezept arbeiten, um Überschüsse zu vermeiden.
- Alternativen zu Buffets anbieten, denn sie sind die grössten Food Waste-Verursacher. Alternativ kann eine kleine Tellergrösse am Buffet dazu führen, dass sich die Gäste kleinere Portionen schöpfen und weniger Reste hinterlassen.
- Das Angebot auf der Speisekarte bewusst beschränken und Zutaten für die Gerichte gering halten (z. B. saisonale Beschränkung, Speiseplan je nach Witterung oder Wechsel von Tagesmenu auf Wochenmenu).
- Im Tellerservice die Portionen klein bemessen, dafür Nachservice anbieten oder Portionsgrössen und Beilagen nach Wunsch servieren.

Food Waste verwerten oder weitergeben

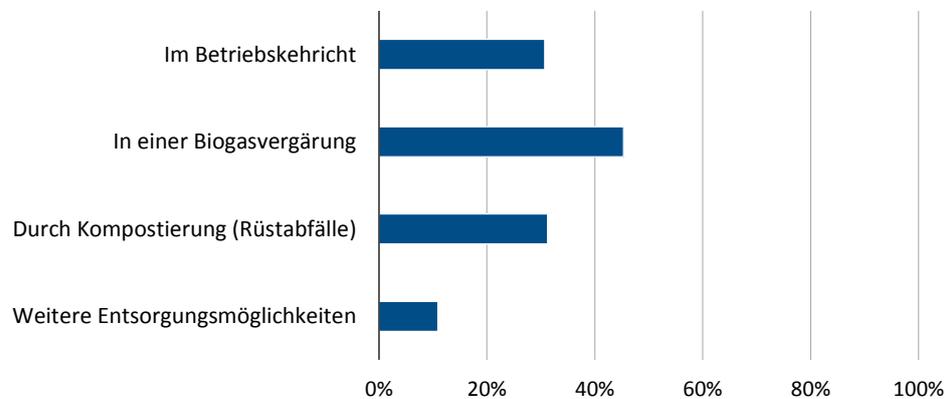
- Reste aus der Küche bei späteren Menüs verwenden.
- Zubereitete Speisen, die übrig bleiben, im Personalrestaurant anbieten.
- Vorrätige Lebensmittel, die kurz vor dem Ablaufdatum stehen, an Mitarbeitende verschenken oder wohltätigen Organisationen weitergeben (Sozialwerke wie [Tischlein deck dich](#)).

Food Waste recyceln anstatt entsorgen

- Wenn möglich altes Brot oder Rüstabfälle für die Verfütterung an Tiere weitergeben.
- Rüstabfälle kompostieren oder der Biogasvergärung zuführen, um Kreisläufe zu schliessen.

Am Ende des Tages verbleiben in jeder Grossküche Lebensmittelabfälle wie Essensreste oder verdorbene Lebensmittel, die nicht mehr verwertet werden können. Dafür bestehen verschiedene Möglichkeiten. 45 Prozent der Umfrageteilnehmenden führen die Abfälle einer Biogasvergärung zu, rund 30 Prozent kompostieren die Rüstabfälle (Abbildung 37). Einige Hoteliers nutzen zudem auch weitere Entsorgungsmöglichkeiten wie zum Beispiel die Verfütterung von Brot oder Rüstabfällen an Nutztiere.

Abbildung 37: Wie entsorgt oder recycelt Ihr Hotel Lebensmittelabfälle, die nicht mehr weitergegeben werden können (z. B. Essensreste, verdorbene/abgelaufene Lebensmittel)?



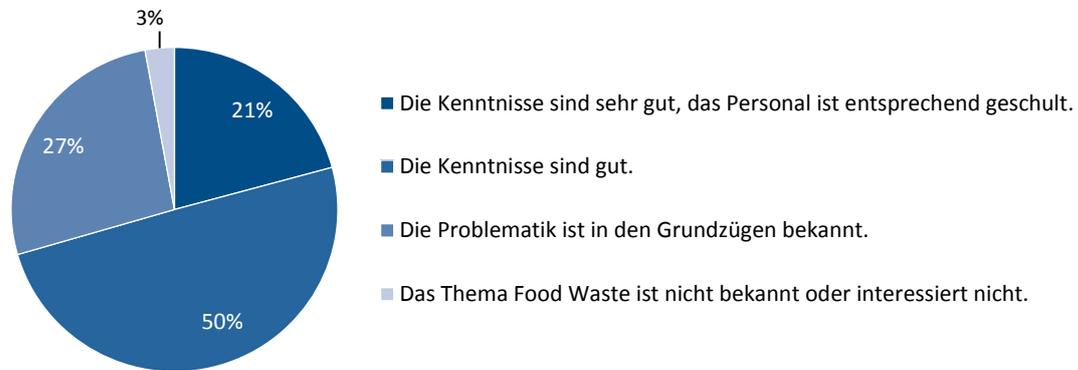
Grafik INFRAS.

Nutzung für Entsorgungs-/Recycling-Optionen für Food Waste (% der Ja-Antworten. Anzahl Antworten: 193). Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Einbezug der Mitarbeitenden als Schlüssel zum Erfolg

Die Kenntnisse der Mitarbeitenden sind für die erfolgreiche Food Waste-Reduktion von hoher Bedeutung. Leitlinien empfehlen die Einbindung aller am Prozess der Mahlzeitenversorgung beteiligten Personen (iSuN 2014). Das Servicepersonal sollte regelmässig die Küche über die angefallenen Lebensmittelabfälle informieren, z. B. an gemeinsamen Teamsitzungen. Nur wenn das Küchenpersonal weiss, wie viel Tellerrücklauf im Service angefallen ist, kann es die Menuplanung entsprechend optimieren oder kleinere Portionen zubereiten. Im Alltag erfordert dies eine hohe Sensibilisierung und Aufmerksamkeit der Mitarbeitenden. Weiterbildungen können dazu beitragen, dass praxisnahe Massnahmen zur Food Waste-Reduktion bei der täglichen Arbeit schnell und unkompliziert umgesetzt werden können.

Abbildung 38: Wie schätzen Sie den Kenntnisstand des Küchen- und Servicepersonals in Ihrem Betrieb in Bezug auf die Food Waste-Problematik ein?



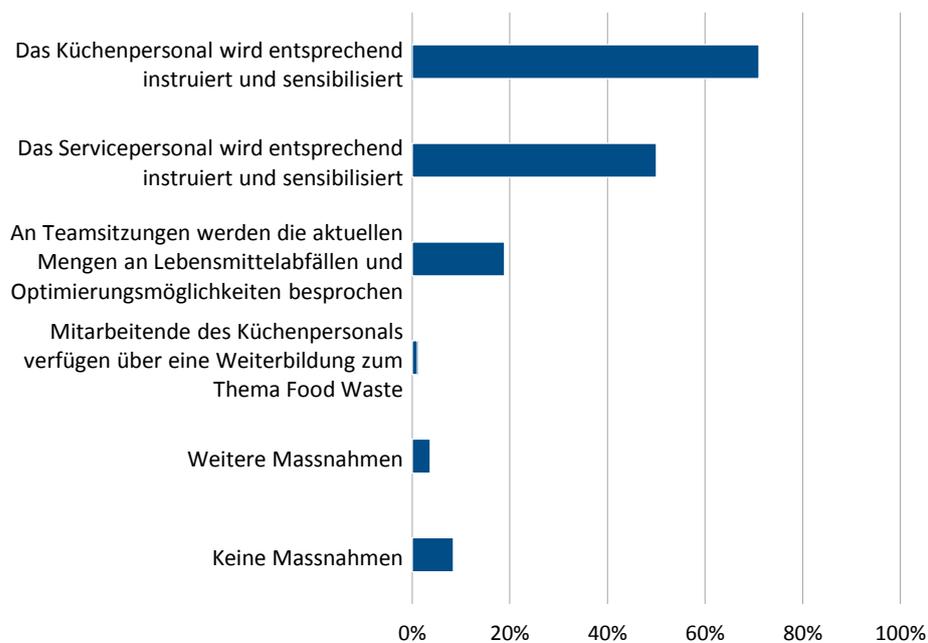
Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 174. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

70 Prozent der Umfrageteilnehmenden geben an, dass das Personal über gute oder sehr gute Kenntnisse über die Food Waste-Problematik verfüge oder entsprechend geschult sei (Abbildung 38). Bei rund einem Drittel ist das Thema jedoch höchstens in den Grundzügen bekannt oder interessiert das Personal nicht.

Auch wenn ein Grossteil des Küchen- bzw. Servicepersonals der befragten Hotels bezüglich Food Waste sensibilisiert ist, wird das Thema nur bei 19 Prozent der Umfrageteilnehmenden aktiv an Teamsitzungen aufgegriffen (Abbildung 39). Nur vereinzelt verfügen Mitarbeitende des Küchenpersonals über eine Weiterbildung speziell zum Thema Food Waste.

Abbildung 39: Inwiefern werden die Mitarbeitenden Ihres Betriebs mit einbezogen, um Food Waste zu reduzieren?



Grafik INFRAS.

n = 191. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Es zeigt sich, dass das Spektrum bezüglich Vorkenntnissen und Mitarbeiterereinbezug zu diesem Thema bei den befragten Hotels sehr breit ist.

«Die Vorkenntnisse sind enorm verschieden.»

«Il faut sensibiliser tous les jours!»

«Wir sind gerade dabei, das Verständnis durch Schulung und Umstellungen zu verbessern und Food Waste zu verringern.»

«Im Rahmen der Qualitätssicherung ist eine Mitarbeiterschulung geplant.»

Sensibilisierung der Gäste: ein heikles Thema

Die Food Waste-Thematik in der Hotellerie ist herausfordernd. Im Unterschied zu vielen anderen Nachhaltigkeitsthemen schafft die Reduktion von Food Waste für die Hotelgäste keinen sichtbaren Mehrwert. Massnahmen beim Einkauf oder in der Küche werden von den Gästen in der Regel nicht wahrgenommen. Bei den gästeseitigen Massnahmen gilt es für die Hoteliers, aus der breiten Palette an Möglichkeiten diejenigen auszuwählen, die sich für das Gästesegment des Hotels eignen. Während z. B. die Verwendung von saisonalen oder regionalen Produkten bei Hotelgästen auf Anklang stösst, scheinen Massnahmen, die das Angebot

beschränken, oft den Beigeschmack von Einschränkung und Verzicht mit sich zu bringen. Die Gäste könnten – so die Befürchtung vieler Hoteliers – eine reduzierte Speisekarte oder die Aufforderung, am Buffet kleinere Portionen zu schöpfen, negativ bewerten. Das Food Waste-Engagement des Hotels und die damit verbundenen Änderungen beim Angebot zu kommunizieren, ist daher oft unumgänglich. Die Hoteliers stehen dabei vor der Herausforderung, den Gästen zu zeigen, dass Food Waste-Reduktionsmassnahmen nicht zu eingeschränkter Wahlfreiheit oder sonstigen Nachteilen führen, sondern im Gegenteil auch mit hoher Qualität verbunden sein kann.

Nicht überraschend zeigt die Umfrage, dass nur vier Prozent der Teilnehmenden Infotafeln, Flyer, Broschüren oder Ähnliches nutzen, um die Gäste auf die Food Waste-Reduktionsbestrebungen des Hotels aufmerksam zu machen. Immerhin 14 Prozent der Hoteliers informieren ihre Gäste, dass ihre Küche die Portionsgrößen bewusst knapp bemisst, aber Nachservice möglich ist. 17 Prozent der Umfrageteilnehmenden weisen ihre Gäste darauf hin, dass das beschränkte Angebot dank frischer Zubereitung oder ausgewogener, saisonaler Speisekarte kein Nachteil ist.

Fazit Food Waste: Viel brachliegendes Potenzial

Lebensmittelabfälle zu reduzieren, erfordert eine Vielzahl von Einzelmassnahmen in der Hotelgastronomie und hohes Engagement der Angestellten. Wie die Umfrage zeigt, sind viele Hoteliers bereits für das Thema sensibilisiert und treffen erste Massnahmen: Ihre Küchenchefs berechnen den Einkauf von Frischprodukten möglichst genau, verwerten Reste oder schicken ihr Personal in Weiterbildungen. Nur wenige gehen das Thema Food Waste jedoch systematisch an und beginnen mit Messungen der Lebensmittelabfälle. Dabei liegt hier ein Verbesserungspotenzial, das über ein ökologisches Engagement hinausgeht. So ist die Food Waste-Reduktion nicht mit Mehrkosten und Investitionen verbunden – im Gegenteil:

Es lassen sich Kosten einsparen, und in einigen Fällen sind diese sogar unerwartet hoch. Etwa 15 bis 18 Prozent des Einkaufsvolumens können reduziert werden, und auch die Entsorgungskosten sinken. Das Hotel Belvoir in Rüslikon beispielsweise spart heute nach detaillierter Analyse und mit diversen Massnahmen rund 3000 Franken pro Monat (United Against Waste 2015a). Auch lässt sich die Food Waste-Reduktion mit einer Anpassung der Speisekarte verbinden – weg vom Buffet, hin zu Tellerportionen oder von den À-la-carte-Gerichten zu frisch zubereiteten Tagesgerichten.

6. Fokus Barrierefreiheit

Die Schweiz verfolgt das Ziel, Gleichstellung und Teilhabe von Menschen mit Behinderungen in allen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens zu verbessern.¹⁵ Mit dem Behindertengleichstellungsgesetz hat der Bund gesetzliche Bestimmungen für die Bauweise von öffentlich zugänglichen Gebäuden sowie grösseren Wohn- und Bürogebäuden erlassen, damit diese von behinderten Menschen möglichst selbstständig genutzt werden können. Auch Hotels gelten als öffentlich zugängliche Bauten und Anlagen.¹⁶ Als Erbringerin von Dienstleistungen für die Öffentlichkeit trägt die Hotellerie eine Mitverantwortung, die Gleichstellung von Menschen mit Behinderungen voranzutreiben. Barrierefreie Übernachtungsangebote erlauben es, das Bedürfnis nach Ferien und Freizeit für alle zu erfüllen.

Unter Barrierefreiheit in der Hotellerie werden Angebote verstanden, die Menschen mit Behinderungen ungehindert nutzen können. Von barrierefreien Angeboten profitieren auch Gäste mit speziellen Bedürfnissen wie z. B. ältere Menschen mit Gehschwächen oder Personen mit Kleinkindern im Kinderwagen.

In der Schweiz leben derzeit rund 1,2 Millionen Menschen mit Einschränkungen (htr 2014b) und 1,46 Millionen Senioren über 65 (BFS 2015g). In Europa unternahmen Reisende mit Mobilitäts- und Aktivitätseinschränkungen sowie ältere Reisende innerhalb eines Jahres¹⁷ im Durchschnitt 6,7 respektive 5,5 Ausflüge mit Übernachtungen in der Beherbergung (Neumann Consult 2014). Entsprechend gross wird die ökonomische Bedeutung des barrierefreien Tourismus für Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen eingeschätzt. Durch einen deutlichen Ausbau der barrierefreien Angebote könnte der Umsatz, der durch diese Gäste generiert wird, um fast 40 Prozent weiter ansteigen (Neumann Consult 2014). Dieses Marktpotenzial von barrierefreien Angeboten ist auch für die Schweizer Hotellerie relevant, auch weil es aufgrund der demografischen Entwicklung in Zukunft mehr Senioren und Seniorinnen geben wird, die davon profitieren können.¹⁸ Zu berücksichtigen ist auch, dass Behinderte oder Menschen mit besonderen Bedürfnissen meist in Gruppen oder mit Begleitpersonen reisen, weshalb das Potenzial in der Regel unterschätzt wird. Die hohe Qualität der Infrastruktur und der gut ausgebaute öffentliche Verkehr in der Schweiz bieten grundsätzlich gute Voraussetzungen für den barrierefreien Tourismus.

¹⁵ Behindertengleichstellungsgesetz

¹⁶ Bundesgesetz zur Beseitigung von Benachteiligungen von Menschen mit Behinderungen (BehiG), [Faktenblatt 2](#).

¹⁷ Von Mitte 2012 bis Mitte 2013.

¹⁸ Bevölkerungsentwicklungsszenarien gehen davon aus, dass im Jahr 2050 das Verhältnis der über 65-Jährigen zur Altersgruppe der 20- bis 64-Jährigen mehr als 50 Prozent übersteigen wird (BFS 2015g).

Praxisbeispiel 4: Schweizer Jugendherbergen.

«Ferien – zugänglich für alle.» Denk an mich macht die Schweizer Jugendherbergen hindernisfrei

Die Schweizer Jugendherbergen (SJH) verfolgen seit 2008 den Ausbau der Infrastruktur und des Dienstleistungsangebotes für Menschen mit Behinderungen. Im November 2013 lancierten sie gemeinsam mit der Stiftung Denk an mich dank einem Legat der Sängerin Monica Morell das dreijährige Projekt «Ferien – zugänglich für



René Dobler, CEO der Schweizerischen Stiftung für Sozialtourismus (Foto: Gian Vaitl)

alle», um dieses Ziel noch konsequenter zu verfolgen und das gesamte Schweizer Jugendherbergsangebot hindernisfrei zu gestalten. «Menschen mit Behinderungen sollen ein selbstbestimmtes Leben führen können – auch in den Ferien», ist René Dobler, CEO der Schweizerischen Stiftung für Sozialtourismus (SSST), die für Bau und Unterhalt der Jugendherbergen in der Schweiz verantwortlich zeichnet, überzeugt. «Wir sehen es zudem als Teil unseres sozialtouristischen Auftrags, unsere Häuser allen Menschen zugänglich zu machen», ergänzt er.

Bau, Betrieb und Kommunikation

Um dies zu erreichen, setzt das Projekt auf drei Standbeine: bauliche Massnahmen, Sensibilisierung der Mitarbeitenden und Bekanntmachung des hindernisfreien Angebotes. Laut René Dobler wird Hindernisfreiheit oft fälschlicherweise nur mit dem Bau gleichgesetzt, dabei sind die Kommunikation und der Betrieb ebenso wichtige Bestandteile eines nachhaltigen Konzeptes. Seit Beginn des Projekts eröffneten die SJH zwei neue hindernisfreie Jugendherbergen und realisierten den Umbau von zwei älteren Häusern zu hindernisfreien Betrieben. Die Mitarbeitenden besuchten währenddessen Schulungen zum Abbau von Berührungängsten und zur Gewinnung von Erfahrungen im Umgang mit Gästen mit Behinderungen. Durchgeführt wurden die Kurse von der SJH in Zusammenarbeit mit externen Fachstellen und sie gingen auf alle Arten von Behinderungen – Geh-, Seh-, Hör- und kognitive Einschränkungen – ein. Die Zertifizierung der Barrierefreiheit der Webseite der Schweizer Jugendherbergen sowie ein geeignetes Online-Buchungssystem für Menschen mit Behinderungen sind in Arbeit.

Projekt mit Signalwirkung

Ziel der Stiftung Denk an mich und der Schweizer Jugendherbergen ist es, nicht nur das Jugendherbergsangebot hindernisfrei zu machen, sondern mit ihrem Projekt auch Signalwirkung für die Schweizer Tourismusbranche zu erreichen. Denn der Handlungsbedarf ist gross: Im Austausch mit Menschen mit Behinderungen stellt die Stiftung Denk an mich immer wieder fest, wie viele Hindernisse es beim Thema Ferien noch zu nehmen gilt. «Teile unserer Bemühungen konzentrieren sich deshalb auch darauf, dieses Thema auf die touristische Agenda zu bringen», sagt Dobler. Um das Konzept von «Ferien – zugänglich für alle» für andere Organisationen einfach kopierbar zu machen, wurde es in drei Hauptbausteine aufgeteilt: Bau, Betrieb und Kommunikation. In all diesen Bereichen deckt es die bestehenden Schwachstellen wie bauliche Hindernisse oder Wissens- und Informationslücken auf und definiert Massnahmen, mit denen diese geschlossen werden können.

Mehr Informationen unter www.youthhostel.ch/hindernisfrei

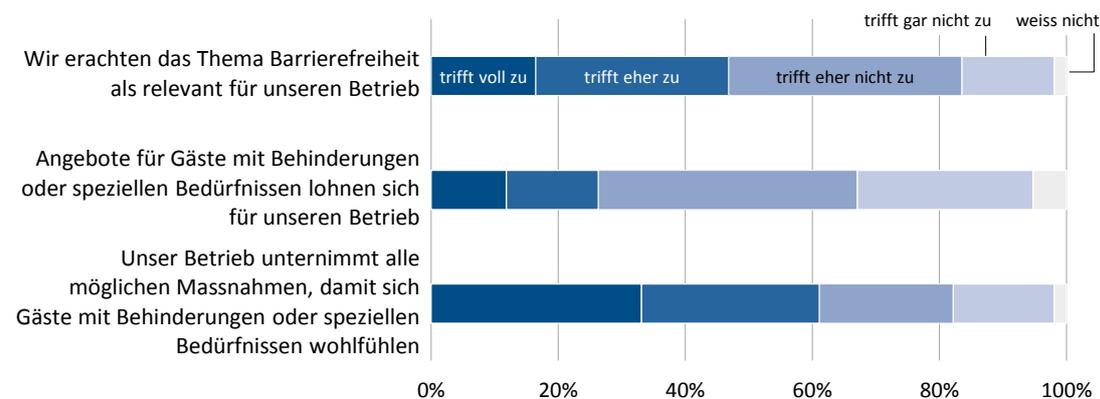


Spielende Schulklasse vor der Jugendherberge Richterswil, Herbst 2013 (Foto: Mischa Scherrer)

Stellenwert der Barrierefreiheit ist noch zu gering

Gemäss der Umfrage von hotelleriesuisse zur Barrierefreiheit ergreift ein Grossteil der Hoteliers verschiedene Massnahmen, damit sich Gäste mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen wohlfühlen (Abbildung 40).

Abbildung 40: Welche Bedeutung hat die Barrierefreiheit für Ihr Hotel? Bitte geben Sie an, welche Aussagen auf Ihren Betrieb zutreffen



Grafik INFRAS.

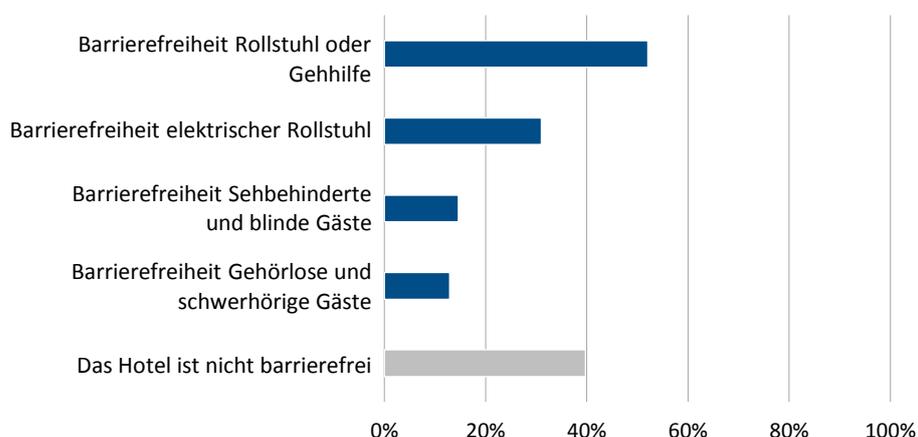
Anzahl Antworten: 153. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Dennoch erachten weniger als die Hälfte der Betriebe das Thema Barrierefreiheit für sie als relevant. Nur 17 Prozent der Umfrageteilnehmenden haben sich Ziele zur Verbesserung der Barrierefreiheit gesetzt. Der Stellenwert von Barrierefreiheit dürfte insgesamt noch sehr gering sein, dies obwohl die allermeisten Hotels Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen beherbergen, insbesondere auch betagte Personen oder Familien mit Kleinkindern.

Die meisten Hotels sind nur bedingt barrierefrei

Die Mehrheit der Umfrageteilnehmenden gibt an, dass ihr Hotel grundsätzlich für Rollstuhl oder Gehhilfe barrierefrei ist (Abbildung 41). Barrierefrei für Gehbehinderte mit elektronischen Rollstühlen, Sehbehinderte oder Blinde sind die Hotels dagegen seltener. 40 Prozent der befragten Hotels sind gar nicht barrierefrei. Als Grund, der eine Barrierefreiheit verunmöglicht, wird vielfach die historische Bausubstanz des Hotelgebäudes genannt, die es nicht erlaubt, Lifte oder grössere Räume einzubauen. Bei anderen ist die gute Zugänglichkeit durch die Lage des Hotels, etwa Hanglage oder autofreier Ferienort, erschwert. Doch auch finanzielle Gründe werden genannt, da Umbau oder Anpassungen mit grösseren Investitionen verbunden sind.

Abbildung 41: Wie gut ist Ihr Hotel für Gäste mit Behinderungen geeignet? Das Hotel erfüllt die Kriterien für Barrierefreiheit gemäss SIA 500¹⁹ für:



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 172. Quelle: INFRAS/hotelleriessuisse 2015.

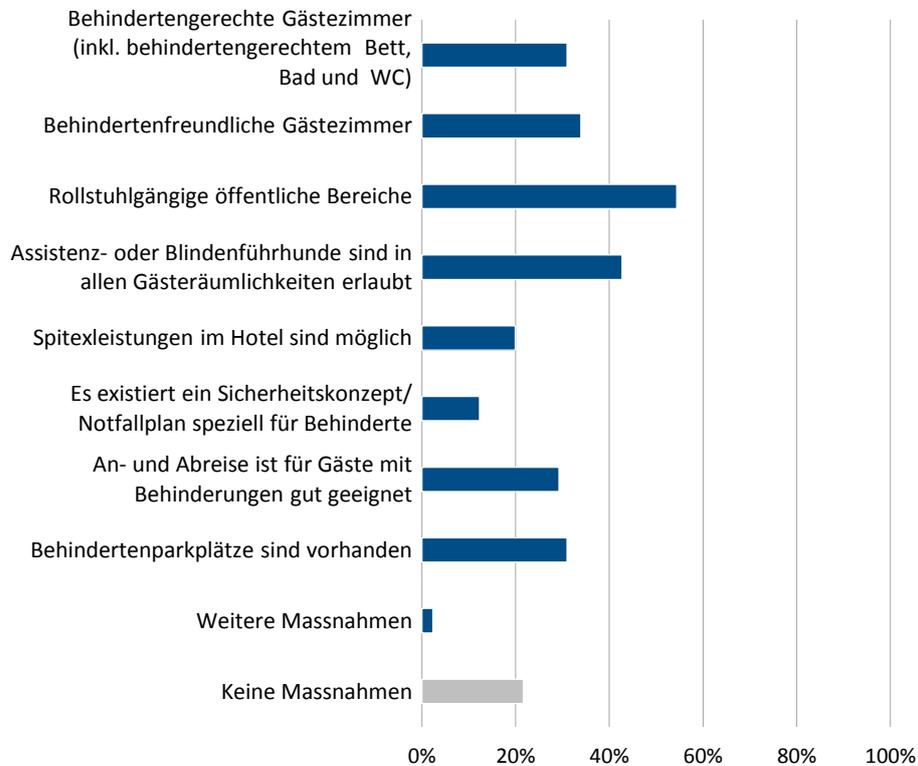
«Wir haben für die Barrierefreiheit einige 100 000 Franken investiert, aber das Grundstück ist am Hang und sehr gross und nicht alles ist möglich.»

«Wir sind ein Ferienhotel für Senioren und Alzheimerkranke und verfügen über 2 rollstuhlgängige Zimmer, infolge der historischen Bausubstanz sind wir jedoch nicht konform.»

«Die Barrierefreiheit in unserem Restaurant ist gross. Für die Hotelgäste können wir keine Verbesserung anbieten, weil unser altes Haus keine Treppenlifte oder Aufzüge ermöglicht.»

Für behinderte Gäste oder solche mit speziellen Bedürfnissen sind oft Aspekte wie die Ausstattung der Gästezimmer oder Zusatzleistungen entscheidend, ob sie sich in einem Hotel wohlfühlen oder nicht. Betrachtet man die Barrierefreiheit der Hotels der Umfrageteilnehmenden im Detail, zeigt sich, dass einige Hotels sich als generell barrierefrei einstufen, obwohl sie dies nicht in jeder Hinsicht sind. Die öffentlichen Bereiche werden zwar bei mehr als der Hälfte der Hotels als barrierefrei bezeichnet, behindertengerechte oder behindertenfreundliche Gästezimmer werden aber nur von rund einem Drittel der Hotels angeboten (Abbildung 42). Weitere Dienstleistungen speziell für Behinderte und Gäste mit besonderen Bedürfnissen, wie z. B. Spitexleistungen im Hotel oder Shuttleservices bei der An- und Abreise, werden ebenfalls nur von wenigen Hotels angeboten. Die je nach Fragestellung unterschiedlichen Angaben der Umfrageteilnehmenden zur Barrierefreiheit (Abbildung 41 vs. Abbildung 42) deuten darauf hin, dass die Selbsteinschätzung der Behindertengerechtigkeit schwierig ist.

¹⁹ Die Norm SIA 500 Hindernisfreie Bauten (SN 521 500) ist seit 2009 die massgebliche Grundlage für den hindernisfreien (behindertengerechten) Hochbau in der Schweiz.

Abbildung 42: Inwiefern ist Ihr Hotel für Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen optimiert?

Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 172. Rollstuhlgängige öffentliche Bereiche: z. B. rollstuhlgängiger Zugang zu Essräumen, Aufenthaltsräumen, Terrasse etc. mit rollstuhlgängigen Tischen und Sitzplätzen. Sicherheitskonzept/Notfallplan: z. B. Sammelplätze, Notfalltasten in Bad und Schlafzimmer etc. Weitere Informationen: www.claireundgeorge.ch/de/accessibility/. Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Fehlendes Wissen beim Personal kann eine Hürde sein

Fehlende Sensibilisierung des Personals im Umgang mit behinderten Gästen oder fehlendes Wissen um die Bedürfnisse der Gäste stellen im barrierefreien Tourismus ein häufiges Manko dar (htr 2015b, Neumann Consult 2014).

Dies bestätigt auch die vorliegende Umfrage: Bei 77,5 Prozent der Umfrageteilnehmenden ist das Hotelpersonal nicht speziell im Umgang mit Behinderten instruiert oder geschult. Die übrigen 22,5 Prozent der Umfrageteilnehmenden verfügen nach eigenen Angaben über sensibilisiertes oder speziell ausgebildetes Personal im Umgang mit behinderten Menschen. Die vermittelten Fähigkeiten sind dabei sehr unterschiedlich. Sie reichen von einer einfachen Instruktion für die Handhabung der Rollstuhltreppe bis zu regelmässigen Besprechungen und speziellen Schulungen.

Praxisbeispiel 5: Ferienhotel Bodensee, Berlingen

Das erste hindernis- und barrierefreie Hotel der Schweiz

Das erste komplett hindernis- und barrierefreie Hotel der Schweiz öffnete im Mai 2015 in Berlingen seine Türen für den Betrieb. Das Ferienhotel Bodensee ist vollständig auf die Bedürfnisse von Gästen mit Behinderung ausgerichtet und verfügt über 22 schwellenfreie Zimmer. Als «Erlebnishotel» bietet das Hotel den Gästen Ausflugsideen und geführte Touren an, welche auf ihre besonderen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

2012 konnte die Stiftung Pro Handicap das Haus erwerben mit dem Ziel, dieses zu einem modernen Ferienhotel für Menschen mit Behinderung umzubauen. Das Hotel wurde mit den Renovationen und Umbauten auf den aktuellsten rollstuhlgängigen Stand und Komfort gebracht.

«Unser Projekt steht für Chancengleichheit: Auch Menschen mit einer Behinderung haben das Bedürfnis nach Ferien und Selbstbestimmung. Aber die Organisation ist kompliziert, die Hindernisse sind gross. Unser Projekt Ferienhotel Bodensee hilft, eine möglichst barrierefreie und angenehme Ferienmöglichkeit in entspannter Atmosphäre für Menschen mit Behinderung zu schaffen», sagt Stefan Steiner, Direktor des Ferienhotels.



Ferienhotel Bodensee (Foto: Urs Wyss Photography)

«„Gesunde“ Menschen sind immer als Hotelgäste willkommen. Durch die Durchmischung von Gästen mit und ohne Behinderung entsteht gegenseitiges Verständnis, Respekt und Toleranz. Wir fördern die entspannte Annäherung und das Zusammenleben», sagt Steiner. Durch den Umbau seien sie Pioniere im Bau eines Hotels speziell für behinderte Menschen. Sie hätten das Ziel, ihre Kompetenz laufend zu professionalisieren und auszubauen. Je 22 Hotelzimmer verteilen sich über vier Etagen. Nebst den Einzel- und Doppelzimmern befinden sich im Dachgeschoss drei Suiten. Diese Apartments sind in erster Linie für Familien gedacht. Bei einer Maximalbelegung bietet das Hotel Platz für 46 Personen. Alle Zimmer verfügen über modernste Pflegebetten, die rein äusserlich wie normale Betten aussehen, aber mit einer Vielzahl von Funktionen ausgestattet sind, welche das

Manövrieren und die Pflege von Gästen massiv erleichtern. Die Zimmer südseitig sind durchgehend von einem grossen Balkon erschlossen, die Einzelzimmer nordseitig bieten einen fantastischen Blick auf den Bodensee. Alle Zimmer verfügen über Telefon, TV und kostenlosen WLAN-Zugang. Das gesamte Haus entspricht dem Minergie P-Standard.

Das Essen wird vom gegenüberliegenden Perlavita bezogen, dessen Personal steht ebenfalls für medizinische Notfälle zur Verfügung. So werden wertvolle Synergien genutzt.

«Ein wichtiges Anliegen der Stiftung ist es ebenfalls, Ausflugsideen in der Region zu vermitteln und geführte Touren anzubieten. Selbstverständlich muss das für Menschen, die in ihrer Bewegungsfreiheit eingeschränkt sind, bei der Planung berücksichtigt werden. Trotzdem soll ein spannendes und attraktives Ferienprogramm zusammengestellt werden», meint Stefan Steiner, Direktor des Ferienhotels.



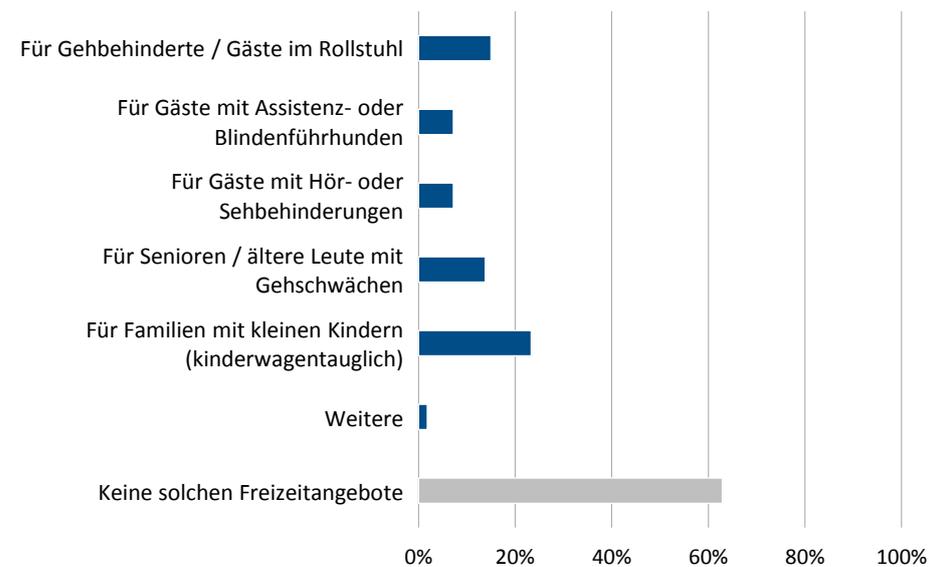
Stefan Steiner, Direktor Ferienhotel Bodensee
(Foto: Lautenschlager GmbH, St. Gallen)

Spezifische Freizeitangebote werden selten vermittelt

Gäste, die auf Barrierefreiheit angewiesen sind, sind vielfach auch bei Ausflügen und unterwegs in der Feriendestination mit Problemen konfrontiert, z. B. mit dem Fehlen barrierefreier Toiletten. Daher sind sie auf ein Angebot an Freizeitaktivitäten angewiesen, das auf ihre spezifischen Bedürfnisse Rücksicht nimmt. Die Beherbergungsbetriebe können Gäste mit Behinderungen bei der Planung ihrer Freizeitaktivitäten unterstützen, indem sie geeignete Angebote schaffen oder solche von Tourismuspartnern vermitteln.

Die meisten befragten Hotels bieten keine Freizeitangebote für Gäste mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen an (Abbildung 43). Am grössten ist das Freizeitangebot für Familien mit Kinderwagen, am geringsten das Angebot für Gäste mit Hör- oder Sehbehinderungen und für Gäste mit Assistenz- oder Blindenführhunden.

Abbildung 43: Für welche Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen bietet Ihr Hotel Freizeitangebote an oder vermittelt solche?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 168. Quelle: INFRAS/hotellerie-suisse 2015.

Praxisbeispiel 6: Hotel Appenberg, Zäziwil

Hat durch laufende Optimierungen die Barrierefreiheit verbessert

Das Unique Hotel Appenberg wird seit 1979 in Familientradition der Familie Mosimann mit Herz und Seele geführt. Das Appenberg-Dörfli besteht aus zwölf fast ausnahmslos historischen Gebäuden aus dem Emmental und der Region Bern. Das älteste datiert aus dem Jahre 1777. Die historischen Gebäude sind teilweise barrierefrei, soweit dies unter den speziellen Bedingungen der Hanglage möglich ist.



Hotel Appenberg, Zäziwil (Foto: Hand Wüthrich, Langnau)

In den letzten Jahren wurde im Zuge von Renovationsarbeiten versucht, die Anlage so schwellenfrei wie möglich zu machen. «Unser Ziel ist es, aus den zum Teil über hundertjährigen Gebäuden ein Optimum an Bewegungsmöglichkeiten zu schaffen. Einige Zimmer sind rollstuhlgängig, vollumfänglich nach der SIA-Norm wurde ein Zimmer renoviert. Die Zugänge zu einem Teil der Seminarräumlichkeiten, dem Hauptgebäude, dem Restaurant sowie die Gartenanlage wurden renoviert und sind jetzt barrierefrei, schildert Jakob Mosimann-Walther, Direktor des Hotels Appenberg. Weiter hätten sie das Gartenrestaurant von einem Rasenplatz zu einem festen Granitplattenplatz umgestaltet und leichte Höhenunterschiede mit kleinen befahrbaren Rampen überwunden. «Dies bedeutet für uns eine fast zwei Monate längere Saison, und das Gelände ist vor allem auch leichter begehbar für alle Gäste.»

Die Mehrkosten für ein behindertengerechtes Zimmer begründen sich gemäss Mosimann vor allem mit sanitären Einrichtungen. «Für die Rollstuhltoilette im Restaurantbereich konnte jedoch ein Fonds des Migros-Genossenschaftsbundes genutzt werden, der solche Investitionen in öffentlichen Gebäuden unterstützt», führt Mosimann aus.



Jakob Mosimann-Walther,
Direktor Hotel Appenberg, Zäziwil

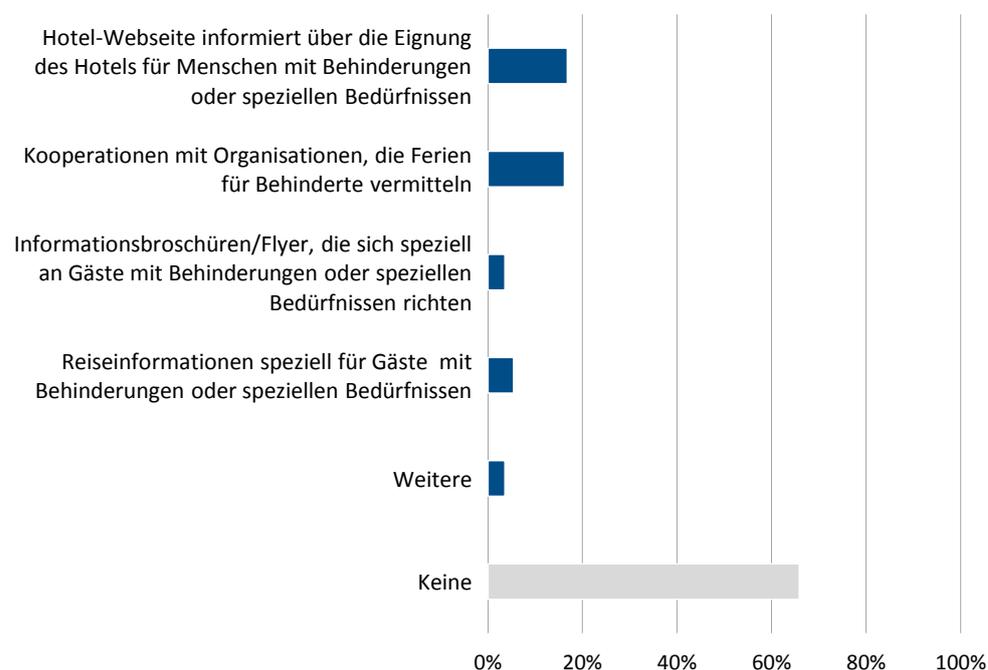
Es finden nicht nur Tagungen und Seminare von Firmen, Familienfeste und Hochzeiten in den heimeligen Räumlichkeiten statt. Das Appenberg beherbergt auch Gruppen mit Gehbehinderungen und SGB-FSS-Gehörlosenseminare in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Gehörlosenbund in Gruppen von rund 15 bis 20 Personen. «Für uns ist es sehr wichtig, dass interessierte Gruppen oder auch Einzelpersonen sich mit uns in Verbindung setzen oder sich an Ort und Stelle über die vorhandenen Möglichkeiten informieren. Im persönlichen Gespräch lassen sich sehr viele Fragen im Voraus klären, dies führt dann schliesslich zu einem angenehmen Aufenthalt», sagt Jakob Mosimann. Die Mitarbeitenden zeigten zudem grosses Engagement und zeichneten sich durch ihre Offenheit und Flexibilität aus. «Es sind die Erfahrungen der Mitarbeitenden und die persönlichen Begegnungen, durch die wir unser Angebot für die Gehörlosen laufend verbessern», ergänzt er.

Mangelhafte Information als zusätzliche Barriere

Für Gäste mit Behinderungen und Gäste mit besonderen Bedürfnissen wie Senioren oder Familien mit Kleinkindern spielt die Reisevorbereitung eine vergleichsweise grosse Rolle. Es muss bereits vor der Buchung klar sein, ob Einrichtung und Infrastruktur ihren Bedürfnissen genügen. Entsprechende Informationen sind aber oft nur schwer zugänglich. Das Fehlen von Informationen wird daher als ebenso grosse Barriere empfunden wie die bauliche Zugänglichkeit vor Ort (Neumann Consult 2014). Es wäre deshalb von Bedeutung, dass solche Informationen in den Standardmedien wie z. B. Internet oder Hotelbroschüren wiederzufinden sind und nicht nur in Special-Interest-Medien, die sich z. B. an Rollstuhlgängige richten und damit eine

viel kleinere Gruppe ansprechen (Neumann Consult 2014). Dass dem heute noch zu wenig Rechnung getragen wird, zeigt auch die vorliegende Umfrage. Nur wenige Hotels verfügen über adäquate Informationsmassnahmen für Menschen mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen (Abbildung 44).

Abbildung 44: Welche der Massnahmen treffen Sie, um Gäste mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen darüber zu informieren, inwiefern Ihr Hotel für sie geeignet wäre?



Grafik INFRAS.

Anzahl Antworten: 168. Organisationen, die Ferien für Behinderte vermitteln, sind z. B. Mobility International Schweiz (www.mis-ch.ch), RolliHotel.ch (www.rollihotel.ch), Stiftung Claire & George (www.claireundgeorge.ch), Stiftung Denk an mich (www.denkanmich.ch). Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

Nur 17 Prozent der Hoteliere informieren auf der Webseite über die Eignung ihres Hotels für Menschen mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen; ebenfalls nur 17 Prozent kooperieren mit Organisationen, die Ferien für Behinderte vermitteln. Informationsmaterialien wie Broschüren oder Flyer speziell für Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen werden nur selten angeboten. Weniger als 10 Prozent der Umfrageteilnehmenden verfügen über einen barrierefreien Webauftritt, d. h. über eine Website, die für Menschen mit Hör- oder Sehbehinderungen optimiert ist.²⁰

²⁰ Details zum barrierefreien Webauftritt: www.access-for-all.ch/barrierefreiheit/barrierefreies-webdesign/10-punkte-fuer-eine-barrierefreie-website.html

Im Bereich der Information und Kommunikation besteht offensichtlich grosser Handlungsspielraum, um die Hürden für Menschen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen abzubauen. Zur besseren Information können alle Hotelbetriebe beitragen, auch diejenigen, die nicht für Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen geeignet sind. Hoteliers mit nicht barrierefreien Hotels sind aber möglicherweise zurückhaltend, dies bekannt zu geben, weil sie somit Gäste mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen nicht willkommen heissen können. Eine aktivere Kommunikation über die Eignung und auch die Nicht-Eignung der Hotels würde es Gästen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen jedoch erleichtern, passende Angebote zu finden.

Auf Branchenebene hat die Hotellerie das Informationsdefizit erkannt und zusammen mit Partnern Initiativen ergriffen, um Reiseinformationen für Menschen mit Behinderungen im Schweizer Tourismus sichtbar und zugänglich zu machen. Unter anderem haben hotellerie-suisse und die Stiftung Claire & George die erste Hotel-Plattform mit integrierten Informationen zur Barrierefreiheit von Hotels lanciert. Die Schweizer Jugendherbergen und die Stiftung Denk an mich haben das Projekt Reiseinformation barrierefrei initiiert, welches das Ziel verfolgt, Reiseinformationen für Menschen mit Behinderungen im Schweizer Tourismus sichtbar und auf breiter Basis zugänglich zu machen. Unter Beteiligung von insgesamt zehn touristischen Anbietern geht es nun insbesondere darum, bestehende Angebote und Kommunikationskanäle besser zu vernetzen. Auch pro infirmis fördert die Information für Menschen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen: Sie erstellt digitale Zugänglichkeitspläne, beispielsweise Stadtpläne und Karten, die in Tourismusplattformen integriert sind und zuverlässige Informationen über die Zugänglichkeit liefern, abgestimmt nach Behinderungsart (Mobilitäts-, Hör-, Sehbehinderung, kognitive Beeinträchtigung).

Neben diesen erfolgreichen Initiativen besteht auf Branchenebene jedoch weiteres Handlungspotenzial. So könnten Daten über die Barrierefreiheit in Hotels zentral erfasst und validiert werden. Zur zuverlässigen Kommunikation dürfte auch eine Harmonisierung der Kriterien zur Barrierefreiheit auf nationaler Ebene oder das Aktualisieren der Leitfäden für barrierefreies Bauen beitragen.

Praxisbeispiel 7: Destination Scuol Samnaun Val Müstair bietet Ferien für Gäste mit Spitex-Bedarf und barrierefreie Reiseinformationen

Vor vier Jahren ist in der Destination Scuol Samnaun Val Müstair die «Nationalparkregion – Gesundheitsregion» entstanden, mit dem Ziel, Gästen gesundheitstouristische Angebote zur Verfügung zu stellen. Eines der Produkte, das dabei entstanden ist, trägt den Namen «Ferien für Gäste mit Spitex-Bedarf». Bei diesem Angebot geht es darum, der immer älter werdenden Bevölkerung Rechnung zu tragen und Gästen, die auf Spitex-Unterstützung angewiesen sind, sorgenfreie Ferien in der Nationalparkregion zu ermöglichen.



Dorf Ftan in der Destination Scuol (Foto: Andrea Badrutt, Chur)

Bei diesem Projekt wurde eine Kooperation mit der Stiftung Claire & George ins Leben gerufen, die sich auf die Vermittlung von Ferien für Senioren und Menschen mit Einschränkungen spezialisiert hat. Die Mitarbeiter dieser Stiftung übernehmen die Aufgabe, die speziellen Wünsche der Gäste detailliert zu erfassen und sie an die einzelnen Leistungspartner (Hotels, Spitex-Dienste, Transport etc.) weiterzuleiten. So muss der Gast nicht mit allen Diensten persönlich in Kontakt treten, sondern hat nur einen Ansprechpartner, der alle Bedürfnisse für den Gast abklärt, sodass dieser in der gewählten Feriendestination alle Leistungen erhält, die er benötigt.

Dies wurde in der Destination Scuol Samnaun Val Müstair in einer Pilotphase mit sechs Hotels und der örtlichen Spitex angeboten und hat in zwei Jahren rund 100 Logiernächte generiert. Dabei konnten vor allem Hotels, welche eine barrierefreie Infrastruktur besitzen, die Gäste mit besonderen Bedürfnissen beherbergen. Auch aus diesem Grund reifte der Entscheid, den Bereich barrierefreies Reisen auszubauen und Gästen barrierefreie Reiseinformationen bereitzustellen – und zwar entlang der gesamten Servicekette. Das heisst, die Destination war in Kontakt mit den regionalen Leistungspartnern in Sachen Transport, Beherbergung, Freizeitgestaltung, Restauration und unterstützende Leistungen. So konnten viele bereits vorhandene barrierefreie Leistungen gesammelt werden, welche man potenziellen Gästen zugänglich machen möchte.



Philipp Kemmler, Produktmanager Gesundheitsregion + Wasser, Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG (Foto: Andrea Badrutt, Chur)

«Aktuell, nach der Erfassung der ersten Daten, beschäftigen wir uns vor allem damit, wie wir diese Informationen unseren Gästen am besten darstellen. Die Schwierigkeit dabei ist, dass man nationale Standards einhält, sich nicht in Details verliert und dass man auch allen möglichen Anspruchsgruppen in diesem Gästesegment gerecht wird», erklärt Philipp Kemmler, Produktmanager Gesundheitsregion und Wasser der Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG. «Des Weiteren sollten die dargestellten Angebote von Personen mit

Einschränkungen getestet werden, um die Glaubwürdigkeit der Informationen zu erhöhen und auch um den Dienstleistern Fehler oder Lücken im barrierefreien Angebot aufzuzeigen. So kann schliesslich ein qualitativ hochwertiges, stimmiges, barrierefreies Reiseerlebnis angeboten werden, und dies in einem Gästesegment, das in Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen wird», führt Kemmler weiter aus.

Mehr Informationen unter: www.engadin.com/gesundheitsregion und www.nationalparkregion-gesundheitsregion.ch

Wie kann die Hotellerie die Barrierefreiheit fördern?

Über Barrierefreiheit im eigenen Hotel informieren

- Auf der Hotelwebsite die Eignung und die Infrastruktur des Hotels für Menschen mit Behinderungen oder speziellen Bedürfnissen – auch Familien mit Kleinkindern – erwähnen.
- Die Website des Hotels in barrierefreiem Webdesign gestalten, um Lesbarkeit und Verständlichkeit zu verbessern (10 Punkte für barrierefreies Webdesign: www.access-for-all.ch).

Das Personal schulen und sensibilisieren

- Die Hotelmitarbeitenden im Umgang mit Behinderten instruieren und Know-how-Transfer in diesem Bereich fördern.
- Mitarbeitende an Weiterbildungskursen für den Umgang mit Behinderten teilnehmen lassen.

In barrierefreie Räumlichkeiten investieren

- Räumlichkeiten (öffentliche Bereiche, Gästezimmer) behindertengerecht nach SIA 500 optimieren und entsprechende Infrastruktur einbauen (z. B. Behindertentoiletten).

Barrierefreiheit ohne grosse Investitionen optimieren

- Abholservice für Behinderte oder Gäste mit besonderen Bedürfnissen anbieten.
- Spezielle Dienstleistungen im Hotel ermöglichen, z. B. Spitex-Leistungen oder die Anwesenheit von Assistenz- oder Blindenführhunden.
- Sicherheitskonzept oder Notfallplan speziell für Behinderte ausarbeiten (Sammelplätze, Notfalltasten in Bad und Schlafzimmern etc.).
- Behindertenparkplätze kennzeichnen.
- Beschriftung der Hotelräumlichkeiten für Sehbehinderte optimieren.

Barrierefreiheit durch Zusammenarbeit fördern

- Mit Organisationen kooperieren, die Ferien für Menschen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen vermitteln, z. B. Mobility International Schweiz (www.mis-ch.ch), RolliHotel (www.rollihotel.ch), Stiftung Claire & George (www.claireundgeorge.ch) oder Stiftung Denk an mich (www.denkanmich.ch).
- Den Gästen mit Behinderungen geeignete Freizeitangebote vermitteln oder empfehlen.

Fazit Barrierefreiheit: Die Behindertengleichstellung wird noch zu wenig gefördert

Die Umfrageteilnehmenden zeigen guten Willen, um den Gästen mit **Behinderungen** gute Bedingungen anzubieten. Die Behindertenfreundlichkeit wird aber noch wenig aktiv gefördert. Für Hotels, die sich nicht speziell auf Gäste mit Behinderungen ausrichten, ist der Umbau zum vollständig barrierefreien Hotel aber oft mit viel Aufwand und Kosten verbunden. Bei vielen Hotels sind Umbauten kaum möglich, zum Beispiel aufgrund der historischen Bausubstanz des Gebäudes, die nicht verändert werden darf. Für Menschen, die auf vollständig barrierefreie

Übernachtungsangebote angewiesen sind, ist das Angebot dementsprechend gering. Eine Schwierigkeit, passende Angebote zu finden, besteht auch im Gästesegment der Seh- und Hörbehinderten. Diese Gäste erhalten noch wenig Aufmerksamkeit.

Bei der Förderung der Barrierefreiheit sollte das Ziel verfolgt werden, auf Destinationsebene ein ausreichendes Angebot zu schaffen. Nicht jeder einzelne Hotelbetrieb muss vollständig für Behinderte optimiert werden, aber pro Destination sollte zumindest ein vollständig barrierefreies Hotel vorhanden sein. Indem die Hoteliers untereinander sowie mit Behindertenorganisationen und Tourismusdestinationen kooperieren, lassen sich viele Synergien nutzen. Solche Kooperationen erleichtern es, den Gästen mit Behinderungen oder besonderen Bedürfnissen passende Angebote zu vermitteln – die sowohl Hotelübernachtungen als auch Freizeitaktivitäten umfassen.

Grosser Handlungsspielraum zeigt sich daher insbesondere bei der Information und Kommunikation. Während engagierte Stiftungen für Menschen mit Behinderungen (wie Rollihotel, Claire & George, Stiftung Denk an mich) diese aktiv vorantreiben, lassen sich auf den Hotelwebsites und den Plattformen der Tourismusorganisationen – der wichtigsten Informationsquelle bei Hotelbuchungen – nur selten Informationen zur Zugänglichkeit und Einrichtung für Menschen mit besonderen Bedürfnissen finden. Weiter bietet auch die Sensibilisierung und Schulung der Hoteliers sowie der Mitarbeitenden der Hotellerie Optimierungspotenziale.

Fazit

Der zweite Monitoringbericht zur Nachhaltigkeit in der Hotellerie bestätigt die Entwicklungen, die schon im ersten Bericht 2014 erkennbar waren. Die damals ersichtlichen Trends haben sich fortgesetzt und können teilweise mit neuen, besseren Daten untermauert werden. In keiner der drei Nachhaltigkeitsdimensionen zeigen die Kenngrößen in eine andere Richtung als im ersten Monitoring 2014. Die Kenngrößen zeigen ein facettenreiches Bild der Hotellerie in ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Belangen. Die Entwicklungen der analysierten Kenngrößen sind in Abbildung 45 dargestellt.

Abbildung 45: Entwicklung der Indikatoren seit 2008

	Umwelt	Wirtschaft	Gesellschaft	Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung
Positiver Trend 	Treibhausgasemissionen pro Logiernacht Anzahl Solarhotels	Anzahl Neueintragungen und Löschungen	Erwerbstätige nach Ausbildungsstufen	Zertifizierung oder Label für Umwelt- oder Nachhaltigkeitsleistungen Anteil QIII-Gütesiegel
Konstanter oder leicht positiver Trend 	Energieeinsatz pro Logiernacht Nachhaltige Beschaffung Anteil erneuerbare Energien Verkehrsmittelwahl bei Reisen mit Übernachtung	Arbeitsproduktivität Reale Bauaufwendungen Anzahl Betten pro Betrieb Arbeitslosenquote	Hotels mit Spezialisierungen Absenzenquote Monatlicher Bruttolohn Mindestlöhne	Klassierte Betriebe
Leicht negativer Trend 		Bruttowertschöpfung	Berufsunfälle Neu eröffnete Lehrverhältnisse Überstundenquote Gastgewerbe	
Negativer Trend 		Bruttobetriebsgewinn Nettobettenauslastung Beschäftigte Vollzeitäquivalente	Lohnunterschiede zwischen Frauen und Männern	

Grafik INFRAS.

Entwicklung der Indikatoren für Umwelt, Wirtschaft, Gesellschaft und Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensführung in Richtung nachhaltige Entwicklung seit 2008, dargestellt durch Wettersymbole (in Einzelfällen Trendentwicklung für einen längeren oder kürzeren Zeitraum, siehe Beschreibung der Indikatoren). Nicht dargestellt ist das Niveau der Kenngrößen.

Auch wenn die Kenngrößen nicht sämtliche Nachhaltigkeitsaspekte adäquat abbilden können, liefern sie doch Hinweise darauf, wo die Branche steht und wohin sie steuert. Die Gesamtschau zeigt über die einzelnen Dimensionen hinweg, welche Trends festzustellen und wie diese zu beurteilen sind. Sie macht aber keine Aussagen zum Niveau der einzelnen Kenngrößen. So entwickelt sich beispielsweise die Zahl der Solarhotels dynamisch, jedoch weiterhin auf tiefem Niveau. Zudem sind die einzelnen Kenngrößen unterschiedlich relevant. Beispielsweise sind Treibhausgasemissionen eine zentrale Kenngröße für ökologische Nachhaltigkeit, während etwa die Anzahl der Solarhotels eine Aussage über ein kleines, spezifisches Segment macht. Insgesamt zeigt sich über alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen eine heterogene Entwicklung.

1. Zwischen ökologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zielen gibt es Synergien, die besser zu nutzen sind

Nachhaltige Entwicklung erfordert ein permanentes Abwägen zwischen wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Zielsetzungen. Naturgemäss können nicht in allen drei Dimensionen gleichermaßen Verbesserungen erzielt werden. Oft geht es darum, ein Optimum unter den gegebenen Rahmenbedingungen zu erreichen. Die Entwicklungen in der Hotellerie zeigen, dass zwar auch Konflikte zwischen wirtschaftlicher Entwicklung und ökologischen und sozialen Errungenschaften bestehen. Die Beispiele aus der Praxis zeigen aber vielfach, dass insbesondere auch Synergien zwischen den drei Nachhaltigkeitsdimensionen bestehen, die noch viel stärker genutzt werden können. So können beispielsweise die Reduktion von Lebensmittelabfällen oder Verbesserungen der Energieeffizienz mit Kosteneinsparungen einhergehen. Auch gute Bildung der Mitarbeitenden und ein gutes Management von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz wirken sich in der Regel positiv auf den Betrieb aus.

2. Hartes wirtschaftliches Umfeld setzt engen Rahmen für ökologische und gesellschaftliche Verbesserungen

Die harten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen setzen in vielen Fällen enge Grenzen für Verbesserungen. Die Arbeitsbedingungen geraten unter Druck, Investitionen in Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden werden zurückgestellt, der Spielraum für Lohnverbesserungen ist gering. Dies wiederum kann langfristig die hohe Servicequalität beeinträchtigen, was sich wiederum in der Wirtschaftlichkeit niederschlägt. Ähnliches gilt auch im ökologischen Bereich, wo an sich lohnende Investitionen wie etwa die Anschaffung energieeffizienter Geräte oder energetische Sanierungen wegen Liquiditätsengpässen nicht getätigt werden. Dies kann einen Teufelskreis auslösen, aus dem die Betriebe nur schwer herausfinden.

3. Qualitätsentwicklung ist erkennbar

Die Entwicklungen in der Hotellerie zeugen von einer verstärkten Qualitätsorientierung und grösserer Vielfalt, wie sie der Schweizer Tourismus seit Längerem anstrebt. Gerade aus einer übergeordneten Nachhaltigkeitsperspektive ist dies von zentraler Bedeutung. Denn nicht nur ist eine hohe Dienstleistungsqualität die Basis für wirtschaftlichen Erfolg. Sie geht auch einher mit besseren Qualifikationen der Angestellten, qualitativ besseren und effizienteren Infrastrukturen. Gerade Betriebe mit einem anerkannten Qualitätsmanagementsystem, wie es sie zunehmend gibt, sind gerüstet, Qualität umfassend in sämtliche Geschäftsprozesse zu integrieren. Sie verfügen damit über eine wichtige Basis für Verbesserungen in wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Belangen.

4. Langsame Entwicklungen auf Branchenebene, aber Bewegung in der Nische

Entwicklungen auf Branchenebene verlaufen im Allgemeinen langsam, so auch in der Hotellerie. Langfristige Entwicklungen werden zwar durch konjunkturelle Schwankungen überlagert, ansonsten sind aber kaum markante Sprünge festzustellen. Demgegenüber gibt es eine wachsende Anzahl von Betrieben, die Ökologie und Nachhaltigkeit als wichtige Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit betrachten. Davon zeugen beispielsweise Hotels, die in Solarenergie investieren, über ein umfassendes Nachhaltigkeitslabel verfügen oder den Gästen vorwiegend ökologisch hochwertige Produkte anbieten. Zwar sind dies nach wie vor wenige Betriebe. Sie können aber eine wichtige Vorreiterrolle einnehmen und auch andere Betriebe dazu animieren, eine solche Entwicklung anzustreben.

5. Innovative Betriebe gehen neue Themen aktiv an

Vorbildliche Hotels, die Nachhaltigkeit als wichtige Aspekte ihrer Geschäftstätigkeit betrachten, sind vielfach bemüht, neue Themen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Lösungen zu entwickeln. Die Themenschwerpunkte des vorliegenden Berichts, nämlich der Umgang mit Food Waste bzw. die Förderung der Barrierefreiheit sind Themen, die erst in den letzten Jahren verstärkt auf die politische Agenda gekommen sind. Nicht überraschend nehmen diese Aspekte branchenweit noch keinen allzu hohen Stellenwert ein und es besteht Bedarf für weitere Sensibilisierung. Innovative Einzelbetriebe zeigen aber interessante Lösungsansätze auf, welche verschiedene Massnahmen kombinieren und vielfach mit einem Qualitätssprung einhergehen.

6. Die Besonderheiten der Hotellerie im Branchenvergleich

Im Vergleich zu anderen Branchen steht die Hotellerie in vielen Belangen – vor allem in ökonomischen – eher durchschnittlich oder sogar unterdurchschnittlich da. Auch bei Umweltthemen oder den Arbeitsbedingungen nimmt die Hotellerie keine Vorreiterposition ein. Bei diesen

Vergleichen ist aber nicht zu vergessen, dass die Hotellerie eine wichtige gesellschaftliche Rolle wahrnimmt, etwa indem sie überdurchschnittlich viele Menschen mit tiefem Bildungsstand beschäftigt oder in Randregionen Wertschöpfung und Arbeitsplätze auch für Zulieferer generiert.

7. Strukturwandel als Chance

Der Strukturwandel in der Hotellerie bietet nebst schwierigen Anpassungsprozessen auch grosse Chancen. Einigen Gästesegmenten sind Nachhaltigkeit und die sozialen und ökologischen Auswirkungen ihrer Reise zunehmend wichtig. Diesen veränderten Gästebedürfnissen können die Hoteliere besser Rechnung tragen, indem sie transparent informieren und ökologisch und sozial hochwertige Leistungen erbringen. Veränderungsprozesse wie die Entwicklung in Richtung grössere Betriebe bieten die Möglichkeit, auf neue Gästebedürfnisse einzugehen und gleichzeitig einen ökologischen und sozialen Mehrwert zu schaffen.

Literatur

- ARE 2012: Tourismus und Nachhaltige Entwicklung. Gute Beispiele und Aktionsmöglichkeiten. Bundesamt für Raumentwicklung ARE (Hrsg.) in Zusammenarbeit mit dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
- BAFU 2015: Medienmitteilung vom 27.2.2015: Schweiz will Treibhausgasemissionen bis 2030 um 50 Prozent senken <http://www.bafu.admin.ch/klima/03449/12696/index.html?lang=de&msg-id=56394> [Seite besucht am 4.1.2016].
- BAKBASEL 2010: Struktur und Strukturwandel im Schweizer Gastgewerbe, BAK Basel Economics AG, Basel.
- BAKBASEL 2012: Hochbauprognose 2012–2018: Prognosen und Analysen zur Schweizer Bauwirtschaft, Basel.
- BAKBASEL/SECO 2014. BAK – Prognosen für den Schweizer Tourismus, Ausgabe Oktober 2014. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Tourismuspolitik (Hrsg.), BAKBASEL (Redaktion).
- BFE 2014: Schweizerische Elektrizitätsstatistik 2014, aktualisiert am 26.3.2015. Bundesamt für Energie, Bern.
- BFS 2011: Gleichstellung von Frau und Mann – Daten, Indikatoren, Löhne in ausgewählten Wirtschaftssektoren. www.bfs.admin.ch. Letzte Aktualisierung: 28.11.2011 [Seite besucht am 21.10.2013]
- BFS 2012c: Schweizer Tourismusstatistik 2011. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
- BFS 2013: Mobilität und Verkehr 2013. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/11.html>
- BFS 2014a: Arealstatistik 1979/85, 1992/97, 2004/09, Indikator Siedlungsfläche. BFS, Neuchâtel 2014.
- BFS 2014b: Volkszählungen und Gebäude- und Wohnungsstatistik 2014. BFS, Neuchâtel 2014. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/09/02/blank/key/wohnungen/zweitwohnungen.html> [Seite besucht am 21.12.2015].
- BFS 2015a: Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE). Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE). Bundesamt für Statistik, Neuchâtel 2015.
- BFS 2015b: Beherbergungsstatistik HESTA. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel 2015. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/10/03/blank/key/01/01.html>. [Seite besucht am 21.12.2015]
- BFS 2015c, Schweizerische Lohnstrukturerhebung. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel 2015. http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/03/04/blank/data/01/06_01.html
- BFS 2015d, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Produktionskonto nach Branchen, zu laufenden Preisen. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/04/02/02.html>.

- BFS 2015e, Beschäftigungsstatistik BESTA. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel 2015.
http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/infothek/erhebungen__quellen/blank/blank/statistique_de_l_emploi/06.html
- BFS 2015f, Arbeitsvolumenstatistik AVOL. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
- BFS 2015g, Statistik der Bevölkerung und der Haushalte STATPOP. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
- BFS/ARE 2012: Mobilität in der Schweiz: Ergebnisse des Mikrozensus Mobilität und Verkehr 2010. Bundesamt für Statistik BFS / Bundesamt für Raumentwicklung ARE. Neuchâtel.
- Bio Suisse 2014: Jahresmedienkonferenz 2015. www.bio-suisse.ch/de/bioin zahlen.php
- Bundesrat 2012: Strategie Nachhaltige Entwicklung 2012–2015, Bern.
- Bundesrat 2013: Bericht über die strukturelle Situation des Schweizer Tourismus und die künftige Tourismusstrategie des Bundesrates, Bern.
- Die Volkswirtschaft 2007: Das Magazin für Wirtschaftspolitik 1/2-2007.
- Die Volkswirtschaft 2013: Das Magazin für Wirtschaftspolitik 4-2013: Wettbewerbs- und Marktsituation des Schweizer Tourismus.
- Foodways Consulting 2013: Lebensmittelabfälle in der Food-Service-Branche. Übersicht der Forschungsarbeiten zu Food Waste im Food-Service-Markt in der Schweiz und Europa.
- Hotel und Gastro Formation 2013: Informationsbroschüre – Gut für alle. Der Gesamtarbeitsvertrag im Schweizer Gastgewerbe fördert die Aus- und Weiterbildung.
https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf8/Info-Bildung_L-GAV_neueBilder.pdf
- hotelleriesuisse 2012: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2012
- hotelleriesuisse 2014: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2014. hotelleriesuisse, Bern, und Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Zürich.
- hotelleriesuisse 2015a: Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2015. hotelleriesuisse, Bern, und Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit, Zürich.
- hotelleriesuisse 2015b: Daten zur den Spezialisierungskategorien nach Sternekategorien (Daten per 17.6.2015) und Daten zur Hotelklassifizierung (per 9.5.2015).
- HSLU 2011a: Prof. Martin Barth, Dr. Fabian Weber, Institut für Tourismuswirtschaft, Hochschule Luzern: Nachhaltigkeitslabels in Tourismus und Hotellerie. Schlussbericht 1. Teil (Bestandesaufnahme) und 2. Teil (Nachhaltigkeit in der Hotelklassifikation), Luzern.
- htr 2015a: Hotelrevue, die Schweizer Fachzeitung für Tourismus. Nr. 42 / 15. Oktober 2015.
- htr 2015b: Hotelrevue, die Schweizer Fachzeitung für Tourismus. Nr. 16 / 16. April 2015.
- ISO 2015: ISO International Organisation for Standardisation, ISO Central Secretariat, ISO Survey of Certifications – Industrial Sectors, Ausgaben 2009 und 2010, 2013.

- iSuN 2014: Leitfaden für das Küchenmanagement als Hilfestellung zum Ressourcenschutz. Institut für Nachhaltige Ernährung und Ernährungswirtschaft (iSuN) und Fachschule Münster, Münster.
- L-GAV 2015: Gesamtarbeitsvertrag des Schweizer Gastgewerbes. Kontrollstelle für den L-GAV, Basel. www.l-gav.ch/index.php?id=53&L=0 [Seite besucht am 10.9.2015]
- McKinsey Global Institute 2011: Setting priorities for resource productivity. London.
- Neumann Consult 2014: Ökonomische Bedeutung und Reismuster im barrierefreien Tourismus in Europa. Eine Studie im Auftrag der Europäischen Kommission.
- Rütter + Partner /IDT-HSG 2004: Nachhaltige Tourismusentwicklung in den Regionen der Alpen: Monitoring und Management, Bericht II: Monitoringsystem. Rüslikon und St. Gallen.
- SECO 2010: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Ressort Tourismus: Wachstumsstrategie für den Tourismusstandort Schweiz, Bern.
- SECO 2013a: Prognosen für den Schweizer Tourismus, Ausgabe Oktober. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern
- SECO 2015a: Die Lage auf dem Arbeitsmarkt, Januar 2015. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Arbeit, Bern.
- SECO 2015b: Prognosen für den Schweizer Tourismus, Ausgabe Mai 2015. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Bern.
<http://www.seco.admin.ch/aktuell/00277/01164/01980/index.html?lang=de&msgid=57336> [Seite besucht am 21.12.2015]
- SECO/Unibe 2011: Der Schweizer Tourismus im Klimawandel. Auswirkungen und Anpassungsoptionen. Staatssekretariat für Wirtschaft SECO, Direktion für Standortförderung Tourismus und Universität Bern, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus, Bern.
- SJH 2013: Präsentation «Umweltmanagement-Prozess» in Schweizer Jugendherbergen aufgrund einer Analyse von myclimate.
- SJH 2014: Geschäftsbericht zur nachhaltigen Entwicklung der Schweizer Jugendherbergen. Schweizer Jugendherbergen, Zürich.
- Solèr et al. 2014: Solèr Reto, Sonderegger Roger, von Arx Widar: Sanfte Mobilität für Ihre Gäste. Ein Handbuch für alpine Destinationen.
- SSUV 2015: Zeitreihen zum Unfallgeschehen nach Branche (NOGA 2008), BUV, alle Betriebsteile, UVG für die Branchen 55 Beherbergung, 56 Gastronomie (Version: 1.5.03/2.2.2015).
- STV 2015: Struktur- und Branchendaten. Schweizer Tourismus in Zahlen, Stand 31.12.2014. Schweizer Tourismus-Verband, Bern. <http://www.swisstourfed.ch>
- SVC 2016: Schweizerischer Verband Creditreform. <https://secure.creditreform.ch/?id=1591> [Seite besucht am 19.1.2016].

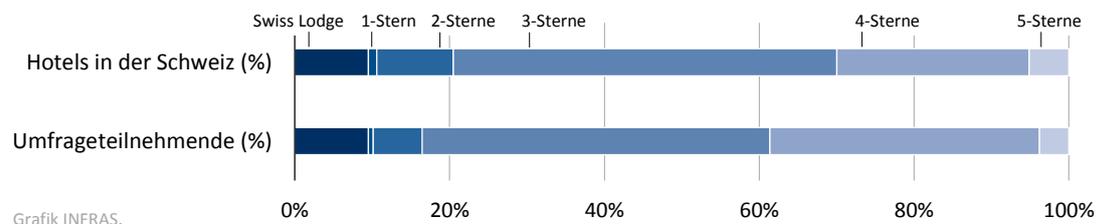
- Swiss Fair Trade 2015: Der Faire Handel in der Schweiz. www.swissfairtrade.ch/de/fairer-handel/zahlen-und-fakten/ [Seite besucht am 23.12.2015]
- Swissolar 2015: Schweizer Fachverband für Sonnenenergie, Swissolar. Auskunft per E-Mail.
- United Against Waste 2015a: Fallstudie Hotellerie: Hotel Belvoir, Rüschlikon.
http://www.united-against-waste.ch/wp-content/uploads/2015/09/Factsheet_Hotel-Belvoir.pdf
- United Against Waste 2015b: Abfallerhebungen 2014/2015 in 45 ausgewählten Betrieben. United Against Waste, Österreich. <http://united-against-waste.at/die-initiative/> [Seite besucht am 10.12.2015].
- United Against Waste 2015c: Presseinformation: Brancheninitiative gegen Lebensmittelverschwendung. Zürich, 2. Juli 2013.
https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf8/Pressemitteilung_UnitedAgainstWaste_02.07.13.pdf [Seite besucht am 15.12.2015]
- WSL 2011: Ch. Schwick, J. Jaeger und F. Kienast: Zersiedelung messen und vermeiden. Eidg. Forschungsanstalt WSL, Merkblatt für die Praxis Nr. 47. Birmensdorf, Oktober 2011.
- WWF Schweiz 2012: Lebensmittelverluste in der Schweiz – Ausmass und Handlungsoptionen. WWF Schweiz, Zürich.

Anhang: Umfrageteilnehmende und Repräsentativität

Rund 2000 Hotelmitglieder des Verbandes wurden im Herbst 2015 eingeladen, an der Online-Befragung teilzunehmen. Knapp zehn Prozent der Hotelmitglieder von hotelleriesuisse haben schliesslich an der Umfrage teilgenommen. 162 Hoteliere füllten die Umfrage vollständig aus, 30 weitere haben jeweils einen Teil der Fragen beantwortet.

Das Sample der Umfrageteilnehmenden wird insgesamt als ziemlich repräsentativ für die Schweizer Hotellerie betrachtet. Die Verteilung der Sternekategorien deckt sich stark mit der Verteilung aller Hotels in der Schweiz (Abbildung 46).

Abbildung 46: Verteilung der klassierten Hotels nach Sternekategorien

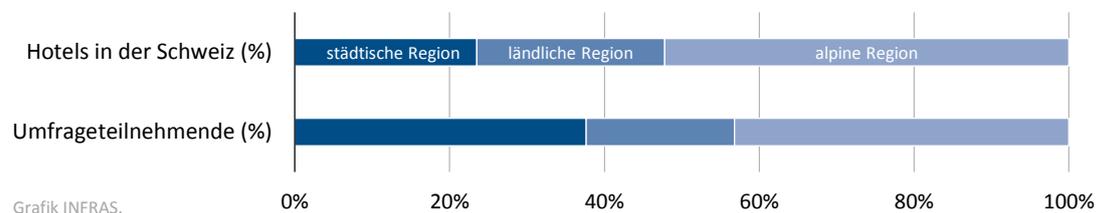


Grafik INFRAS.

Verteilung der klassierten Hotels nach Sternekategorien in der Schweiz (Quelle: BFS, hotelleriesuisse, Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2015) und Umfrageteilnehmende (Anzahl Antworten: 158); bei Hotelgruppen oder -ketten wurde die jeweils tiefste Sternekategorie ausgewertet (Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015).

Die regionale Verteilung der Umfrageteilnehmenden unterscheidet sich leicht von der Verteilung aller Hotels in der Schweiz (Abbildung 47). So sind Hotels in städtischen Regionen übervertreten, während die anderen Regionen etwas untervertreten sind.

Abbildung 47: Verteilung der Hotels nach Region



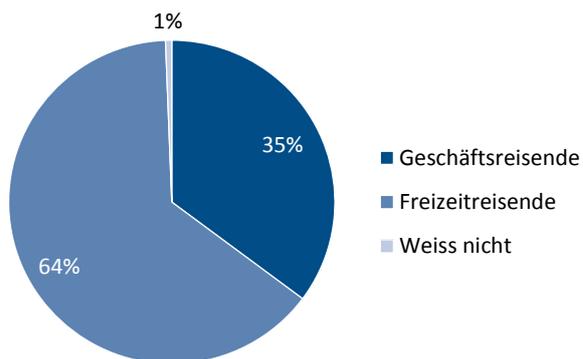
Grafik INFRAS.

Verteilung der Hotels nach Region: Hotels in der Schweiz (Quelle: BFS, hotelleriesuisse, Jahrbuch der Schweizer Hotellerie 2015) und Umfrageteilnehmende (Anzahl Antworten: 162; Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015).

Die Hotels des Umfragesamples beschäftigen im Durchschnitt 32,6 Mitarbeitende (Jahresdurchschnitt Vollzeitäquivalente) und verfügen über rund 106 Betten. Im Vergleich dazu sind die Schweizer Hotels mit durchschnittlich 53 Betten im Jahr 2014 kleiner (hotelleriesuisse 2015a).

Die Gäste der Hotels sind zu zwei Dritteln Freizeitreisende, zu rund einem Drittel Geschäftsreisende (Abbildung 48).

Abbildung 48: Gästesegmente der Umfrageteilnehmenden



Grafik INFRAS.

Gästesegment der Umfrageteilnehmenden (Anzahl Antworten: 162). Quelle: INFRAS/hotelleriesuisse 2015.

hotelleriesuisse – Kompetent.

Dynamisch. Herzlich.

Monbijoustrasse 130

Postfach

CH-3001 Bern

Tel. +41 31 370 42 02

Fax +41 31 370 44 44

nachhaltigkeit@hotelleriesuisse.ch

www.hotelleriesuisse.ch
