

Eine intakte Umwelt ist ein wichtiger Bestandteil des Produkts Schwarzwald Panorama. Das allein schon motiviert, nachhaltig zu denken.

„Lohnt“ sich Nachhaltigkeit?

TOP 250 inside mit zwei Visionären im Gespräch.

TOP 250 inside: Was antworten Sie Menschen, die sagen: „Nachhaltigkeit ist zum Hype geworden, den zahlenden Gast interessiert das aber nicht. Sobald es ernst wird, wird der Kunde immer das Billigere buchen“?

Stephan Bode: Ja, das kann ich sogar nachvollziehen. Das Problem ist: Als „Green Washing“, also nur in Fragmenten betrieben, überzeugt es die Menschen nicht, und was nicht überzeugt, wird nicht nachgefragt. Aber ich lebe das Thema, ich begreife mich und mein Handeln als Teil eines großen Ganzen, als Gast auf Erden. Alles, was ich tue, hat Auswirkungen auf unseren Gastgeber Erde. Und ich habe den Anspruch, meinem Gastgeber nicht zu schaden. Wenn diese Grundhaltung in der Unternehmens-DNA erkennbar ist, entwickelt sich eine starke Anziehungskraft. Das hat viel mit Glaubwürdigkeit zu tun. Meine Erfahrung ist: Wenn das Gesamtprodukt eines Hotels, also Service, Hardware, Technik, Küche usw. stimmt und das Thema Nachhaltigkeit wirklich konsequent obendrauf kommt, funktioniert das hervorragend. Viele Menschen kommen gerade deshalb zu uns, sowohl Gäste als auch Mitarbeiter.

Michael Stober: Das, was Herr Bode hier sagt, kann ich nur bestätigen. Der Anteil unserer nachhaltigen Grundsätzen verpflichteten Gäste steigt stetig. Viele sind schon echte Fans und wollen Neuigkeiten erfahren, welche nächsten Schritte wir realisiert haben. Wir freuen uns mit unseren Gästen, die beispielsweise stolz berichten, dass sie jetzt ihren Garten auch mit Regenwasser bewässern und nicht mehr mit Trinkwasser. Der erste Schritt ist der Wichtigste. Das Wichtigste, das Nachhaltigste sozusagen, ist, etwas gegen die drei Vorurteile zu tun: 1. „Ah, Sie sind öko!“ – Stimmt nicht, denn das ist nur ein Drittel unseres Nachhaltigkeitsengagements; 2. „Oh, jetzt wird es teuer“ – Stimmt nicht, denn unsere Preise sind durch nachhaltiges Handeln eher gesunken; 3. „Und auf was muss ich verzichten?“ – Stimmt nicht, denn der einzige Verzicht ist die Klimaanlage. Dafür gibt es viel Ungewöhnliches zu entdecken und leckere und gesunde regionale Köstlichkeiten.

Nachhaltiges Handeln ist ja immer ein Prozess. Wo stehen Sie, wohin wollen Sie?

Bode: In puncto Klimaneutralität machen wir noch einiges über Kompensationen. Mein Ziel ist es, durch entsprechende Investitionen bis 2023 energie-autark und klimapositiv zu arbeiten. Bei den anderen Aspekten der Nachhaltigkeit sind wir schon ziemlich weit. Wichtig ist mir, im sozialen Bereich bis hin zur Bildung einiges zu tun. Wir wirken durch unser Handeln ja auch in unser Umfeld hinein – das Drängen auf Nachhaltigkeit bei Lieferanten zum Beispiel oder das Projekt „BioKids“, bei dem wir Grundschülern anhand des Arbeitsplatzes Hotel die Faktoren eines nachhaltigen Wirtschaftens nahebringen. Dabei arbeiten wir mit Landwirten, Förstern und anderen Berufen zusammen. Darüber hinaus sind Achtsamkeitskurse für meine Mitarbeiter verpflichtend, um sie für die Aspekte nachhaltigen Handelns zu sensibilisieren.

Stober: Unter anderem haben wir: Photovoltaik-Anlage, Holzhackschnitzelheizung, Frischwasserersparnis durch Toiletten-Spülung mit Regenwasser und eigene Wasserdruckerhöhungsanlage und Perlatoren. Elektrosmogreduzierte Zimmer, Fairtrade-Produkte und den berühmten essbare Teppich (aus Mais), krumme Holzdielen wegen 20 Prozent weniger Verschnittverlust und eine kostenfreie PV-gespeiste E-Tankstelle. Im Bereich CSR: Modell zur Integration von Flüchtlingen, freiwillige betriebliche Altersvorsorge, Mitarbeiterweiterbildungskontingente und Mitarbeiterbeteiligung als Beispiele für die Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern. Als nächstes folgt eine Hotelerweiterung auf insgesamt 300 Zimmer, ein Projekt, das in puncto Originalität und Innovationsgrad einzigartig in Europa ist. In Zusammenarbeit mit vielen Experten wird dabei eine echte Energieautarkie realisiert, wir werden also ohne Einspeisung ins Netz oder Abnahme aus dem Netz auskommen. Eine 2.300m² große Photovoltaik-Anlage und zwei Kaskaden-Blockheizkraftwerke auf Biogasbasis produzieren die erforderliche Energie, welche durch Lithium-Batterien mit einer Kapazität von 1 MWh gespeichert wird. Hinzu kommt ein riesiger unterirdischer Pufferspeicher von 3.000 Kubikmetern. Leider gibt es zur Speicherung im Havelland keine Stauseen, aber im eigenen Wald wachsen 50 Prozent der benötigten Biomasse. Die Höhe der 2 Mio. Euro Investitionskosten amortisiert sich nach fünf Jahren. Der Break-Even errechnet sich durch die Einsparung von Stromkosten sowie einem Fördermittelzuschuss des Landes Brandenburg und der EU für dieses Pilotprojekt. Ein weiteres Ziel ist die Trinkwasserversorgung in 2021 aus eigener Quelle.

Was ist Ihre Motivation?

Stober: Nachhaltigkeit ist kein Verzicht, sondern Genuss. Nachhaltigkeit kostet nicht mehr, sondern bringt mehr – nämlich Lebensqualität und Lebenszeit. Nachhaltigkeit ist nicht (nur) Öko, sondern ökonomisch. Nachhaltig sein heißt, seinen Mitmenschen und sich selbst gegenüber liebevoll, aufmerk- ▶



Stephan Bode:
Geschäftsführender Inhaber Schwarzwald Panorama

„Wenn das Gesamtprodukt eines Hotels, also Service, Hardware, Technik, Küche usw. stimmt und das Thema Nachhaltigkeit wirklich konsequent obendrauf kommt, funktioniert das hervorragend.“

Management

sam und respektvoll zu sein. Nachhaltig sein heißt, die Natur, Dinge und Lebewesen anders zu sehen als vorher. Nachhaltig sein heißt, bewusst zu sein. Allerdings: Ökologisch sein ist nur ein kleiner Bestandteil des Ganzen. Es geht vor allem um ökonomisch langfristiges und sinnvolles Denken und natürlich um die Weiterentwicklung des kantischen Imperativs, der in der logischen Fortentwicklung zwangsläufig zu dem Gedanken des Gemeinwohls führt. Und das ist meine Motivation.

Bode: Da antworte ich mit Gandhi: „Sei du selbst die Veränderung, die Du Dir wünscht für diese Welt!“ Ich bin jetzt 55 Jahre alt und in meiner Biographie gab es Erfahrungen, die mich zu der Gewissheit gebracht haben, dass alles mit allem zusammenhängt. Ich brauche eine intakte Umwelt, um leben und arbeiten zu können. Folglich muss ich selbst alles in meiner Macht stehende tun, um die Lebensgrundlage dieser Erde zu erhalten. Wenn man die Zusammenhänge einmal verstanden und verinnerlicht hat, kann man gar nicht mehr anders als nachhaltig zu denken. Ich erkenne immer mehr, besonders bei jungen Menschen, eine große Sehnsucht nach Sinn und Wahrhaftigkeit in Arbeit und Tun. Ich habe Freude daran, Arbeits- und Lebenswelten bis hin zu Unternehmen sinnhaft zu gestalten, Organismen zu schaffen, die der Welt nutzen.

Welche der bereits umgesetzten Maßnahmen halten Sie selbst für die effektivste, und welche Vorgehensweise würden Sie Kollegen, die noch am Anfang des Weges stehen, empfehlen?

Stober: Die effektivste Entscheidung ist die transparente Darstellung der Maßnahmen, der Lieferketten wie auch Transportprozesse für die Mitarbeiter und Kunden. Dadurch wird der Weg des Geldes transparent und somit für alle nachvollziehbar.

Bode: Das Wichtigste ist, die innere Haltung. Ich selbst habe um 2005 in meiner Zeit in Zeulenroda begonnen, mich mit dem Thema intensiv zu befassen. Damals wurde ich belächelt, um es freundlich auszudrücken. Ich war damals auf der Suche nach einem USP für das Seehotel. Im klassischen Wettbewerb des besten Preis-Leistungsverhältnisses, des freundlichsten Service usw. waren wir schnell vorn, aber den wirtschaftlichen turnaround gab es erst ab dem Moment, wo ich selbst begonnen habe, nachhaltig zu leben. Es gab da einige Dinge in meiner Biographie, die dazu beigetragen haben. Es ist die Denke, die wir ausstrahlen, so generieren wir eine gewisse Begeisterung im Markt. Es muss echt sein, damit es auch wirtschaftlich erfolgreich ist. Praktisch gesehen am besten fand ich die Unterstützung durch WIN Charta in Baden Württemberg und den Deutschen Nachhaltigkeitskodex DNK, wo ein Leitfaden geboten wird, wie man ein selbstverpflichtendes Nachhaltigkeitssystem schrittweise in einem Unternehmen etablieren kann. Diesen Dschungel an kostenpflichtigen Zertifizierungen fand ich nicht gerade hilfreich. Was ich auch empfehlen kann, ist,



Auf dem Landgut Stober sparen zwei Holzhackschnitzelheizungen mit je 500 KW ca. 60.000 Euro Heizkosten pro Jahr.

eine extra Stelle zur Entwicklung der Nachhaltigkeit zu schaffen. Bei uns kümmert sich eine 30-Stunden-Kraft um nichts anderes. Das läuft super, denn die Mitarbeiterin hat die Zeit, sich mit der Problematik auseinanderzusetzen, die allen anderen ja naturgemäß fehlt.

Sie haben sicher schon nachgerechnet. Wie fällt die Bilanz in Euro und Cent aus? Lohnt sich Nachhaltigkeit? Wenn ja, in welchem Zeitrahmen sollte man denken?

Bode: Ich habe nie nachgerechnet. Es ist mir ehrlich gesagt auch schnurzegal, wie die Bilanz aussieht, denn es gibt für mich gar keine Alternative zur Nachhaltigkeit. Sie ist die Grundlage allen Lebens. Das ist für mich so selbstverständlich wie Essen und Trinken. Wissen Sie, wenn der Bauer keine gesunden Böden hat, schmeckt mir am Ende des Tages das Essen nicht. Und wenn ich in Bad Herrenalb keinen gesunden Schwarzwald vor der Haustür habe, kann ich meinen Gästen kein gutes Produkt anbieten. So einfach ist das. Ich kalkuliere meine Preise und wenn sie über dem anderer liegen, da Bioprodukte usw. teurer sind, dann ist das eben so. Ich habe dafür auch das bessere Produkt zu bieten. Und wie gesagt, nach meiner Erfahrung suchen die Gäste uns gezielt aus diesem Grund aus.

Stober: Im November 2016 hat das Landgut Stober eine interessante Berechnung angestrengt. Da seit 2013 Klimabilanzen erstellt werden, lagen alle Verbrauchsdaten vor. Neben diese wurden alle Werte notiert, die bei nicht nachhaltigem Verhalten entstehen. Das Ergebnis war erstaunlich: Konsequent nachhaltiges Verhalten ist nicht teurer, sondern deutlich preiswerter – 4,6 Prozent Preisvorteil! Und das noch ohne den Imagegewinn. Wie das? Unsere zwei Holzhackschnitzelheizungen à 500KW haben zwar 180.000 Euro Mehrkosten verursacht, wurden aber mit 30 Prozent gefördert. Dazu sparen sie 60.000 Euro Heizkosten jedes Jahr = Gewinnzone im 3. Jahr. Die PV-Anlage rechnet sich nach vier Jahren, die Regenwassernutzung und Wasserregulierung hat ihren Break-Even nach sieben Jahren. Einige Maßnahmen rentieren sich sofort: stellt man auf LED-Leuchten um, spart man ab Installierung. Nichtdestotrotz sollte man die Umweg-Rentabilität einzelner Maßnahmen nicht unterschätzen: z.B. ist ebenso ein Aspekt der Nachhaltigkeit, sich um seine Mitarbeiter zu kümmern, um sie ‚mit auf die Reise zu nehmen‘. Dies zahlt sich langfristig aus, denn zufriedene Mitarbeiter bleiben länger im Unternehmen, arbeiten fokussierter, gehen in ihrem Job auf und werden somit selbst Botschafter des Unternehmens.

Wie bringen Sie das Thema gegenüber den Mitarbeitern und Kunden rüber, ohne zu „nerven“?

Bode: Am Anfang war es Sisyphosarbeit. Heute haben wir eine sich selbst inspirierende Unternehmenskultur. Dann wird es einfacher, weil es ein Selbstläufer ist. Gegenüber Kunden kommunizieren wir ganz offen und nutzen die Botschaften offensiv für Marketingaussagen, nach dem Motto, hier sind Qualität und Wertschöpfungskette besser, und Ihr Nutzen höher. Das Ganze steht und fällt aber auch hier wieder mit der eigenen Einstellung. Der Satz von Gandhi, den ich eben erwähnt habe, ist wirklich zu meinem Lebensmotto geworden. Das lebe ich und so führe ich. Das wirkt auch auf andere inspirierend. Mein Anspruch und meine Verpflichtung sehe ich darin, Rahmenbedingungen zur Verfügung zu stellen, nicht andere zu motivieren. Die Motivation muss jeder selbst in sich spüren. Ich kann auch niemanden ändern, nur mich selbst. Wer sich nicht für das Thema Nachhaltigkeit interessiert, dem werfe ich das nicht vor. Aber ich möchte mit Menschen zusammenarbeiten, die dafür brennen und die sagen „Ich will mitmachen“. Und davon gibt es immer mehr. Früher waren Kohle und Karriere die Antreiber, heute ist es das Bedürfnis nach Sinnhaftigkeit. Ich bekomme viele Initiativbewerbungen.

Stober: Langfristig wollen wir dazu beitragen, dass gemeinwohlorientiertes Verhalten ‚Mainstream‘ wird. Denn fast 40 Prozent der Menschen wollen nachhaltig agieren, aber es fehlen ihnen anschauliche Beispiele und Vorbilder. Bei uns wie bei Herrn Bode in Bad Herrenalb finden sie ihren Ort, denn Nachhaltigkeit ist auf dem Landgut Stober kein „Add on“, sondern eine gefestigte, vom ganzen Team getragene Unternehmensausrichtung und integraler Bestandteil allen Handelns. Die Vor-Ort-Kommunikation zur Nachhaltigkeit mit dem Gast erfolgt meist mit einem Augenzwinkern: „Bitte beißen Sie nicht in den Teppich!“ – Dieser besteht zu fast 100% aus Mais. Oder eine freundliche Aufforderung zum Holzhacken in unserer Hotel-Lobby mit Hinweis auf die Holzhackschnitzelheizung. Nur durch solch lockere und beiläufige Kommunikation erreicht man den Gast. Es muss Spaß machen. Und sich selbst auf die Schippe nehmen, kommt immer gut an.



„Nachhaltigkeit ist kein Verzicht, sondern Genuss. Nachhaltigkeit kostet nicht mehr, sondern bringt mehr – nämlich Lebensqualität und Lebenszeit.“

Michael Stober,
Geschäftsführender Inhaber Landhotel Stober