

Grüne Konzepte stehen Wellness-Oasen gut

Die Konsumentengruppe der Lohas – Lifestyle of Health Sustainability – wächst kontinuierlich. Sie hat die „grüne Bewegung“ der 80er Jahre vom Ökobewusstsein zum Green-Lifestyle geadelt. Der gesundheitsbewusste und auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Lebensstil dieser Konsumentengruppe greift auf immer mehr Bereiche in Wirtschaft und Gesellschaft über. Die Lohas beschleunigen die Diskussion um die Zukunft der Energien und die ökologi-



sche Zukunft unseres Planeten maßgeblich. Die Wertschätzung natürlicher Ressourcen durch verantwortliches Handeln rückt zunehmend in die Mitte unserer Gesellschaft.

Fit für die Zukunft

„Wer ‚gesund‘, ‚fair‘, ‚grün‘ und ‚nachhaltig‘ nicht länger als Floskeln begreift, sondern frühzeitig in der Wertschöpfungskette berücksichtigt, kann davon nur profitieren“, erläutert Eike Wenzel vom Zukunftsinstitut in Kelkheim.

„In der Tourismuswirtschaft wird eine nachhaltige Energieökonomie immer bedeutender“, sagt auch Ute Rührig, Geschäftsführerin von Quality Spa. „Unternehmen, die sich zu einer nachhaltigen Vision verpflichten, genießen klare kommerzielle Vorteile.“ Beispielsweise erschließen sie durch revolutionäres Denken für neue Produkte und Dienstleistungen neue Märkte.

So hält ein Hotel Gäste und gewinnt neue. Ein höherer Markenwert und der gute Ruf der nachhaltigen Geschäftspraktiken dient dazu, Kunden und Mitarbeiter zu gewinnen und zu behalten. Zudem senkt ein sorgfältiger Energie-, Rohstoff- und Warenverbrauch die Betriebskosten. Unternehmen, die strategisch ökologisch und sozial nachhaltiger planen, gehen einen wirtschaftlich solideren Weg. Davon ist die Ingenieurin und Architektin Ute Rührig überzeugt.

Als so genannte early adopters (früh Adaptierende) dieser Strategie gelten Hotelgruppen wie Scandic, Marriott oder Six Senses. Sie setzen Nachhaltigkeit als integrierten Teil ihrer Unternehmensphilosophie bereits seit Mitte der 90er Jahre um. So nutzte Scandic Hotels laut Spa-Beraterin Ute Rührig die Ausbildung und Kooperation mit der internationalen Non-Profit-Organisation „The Natural Step“ zur Bildung, Beratung und Forschung und als Kompass zu einer ökologisch nachhaltigen Entwicklung.

Aber wie grün muss ein Spa heute wirklich sein? „Ein respektvoller, sensibler Umgang mit den verfügbaren natürlichen Ressourcen sollte gerade im Spa vermehrt stattfinden“, fordert Marion Schneider, CEO der Toskanaworld in Bad Sulza. Gemeinsam mit Ute Rührig leitet sie die neu gegründete Arbeitsgruppe Green-Spa der British International Spa Association (BISA).

Der wichtigste und erste Schritt ist eine veränderte Unternehmensvision, gefolgt von Architektur, Personalpolitik, Beschaffungsrichtlinien bis zur Umwelt-Kostenrechnung eines Betriebes. „Ganz oben auf der Kriterienliste stehen Energie- und Kosteneffizienz“, sagt Markus Gäbele von Klafs. Der Leiter für Entwicklung und Konstruktion empfiehlt Hotels beispielsweise eine Steuerungssoftware für Spa-Einrichtungen, die einen durchgängigen, ressourcenoptimierten Betrieb der kompletten Anlage ermöglicht. Ei-

ne moderne Haustechnik, Systeme der Belüftung, Photovoltaik-Anlagen, bewusster Umgang mit Wasser, Wäsche und Verbrauchsartikeln sind ebenso Maßnahmen, um Energie zu sparen.

„Ein Spa bringt Natur und Mensch zusammen, deshalb gehören Behandlungen mit ökologischen und natürli-

chen Produkten und Wirkstoffen als Muss auf die Kriterienliste“, sagt Marion Schneider von BISA. Doch ein Green-Spa ist nicht nur Chefsa-

che: Ständige Trainings, damit die Mitarbeiter Produkte bewusst einkaufen, sind extrem wichtig. Hinzu sollten Messeinheiten und Dosierstationen eingesetzt werden, damit das Personal Verbrauchsartikel sowie Reinigungsmittel und Chemikalien wirtschaftlich und bewusst einsetzt. Ebenso sinnvoll sind Arbeitshandbücher und Maßnahmen zur Qualitätssicherung (TQM – Total Quality Management). Und: Schulungen für neue, alternative Be-

handlungsmethoden. Die Kriterien, die ein Spa zu einem Green-Spa machen, sind umfangreich. „Es geht darum, Teil der Lösung und nicht mehr Teil eines Problems zu sein“, ist Ute Rührig überzeugt. Gute Entwicklungschancen hat die Idee vom Green-Spa dort, wo es sich nahtlos in ein „Green-Hotelkonzept“ einfügt.

Mehr als ein Trend

Die Expertinnen der Green-Spa-Arbeitsgruppe, Ute Rührig und Marion Schneider, sind sich einig: Es geht jetzt in der Wellness-Hotellerie darum, einen Beitrag für Nachhaltigkeit und die Umwelt zu leisten. Ziel ist es, dadurch intelligenter zu arbeiten als andere, Kosten zu senken und Neugeschäft zu generieren. Green-Spa ist eben mehr als ein Trend.

Elke Birke

Ute Rührig, Geschäftsführerin Quality Spa, ist mit dem Thema „Green-Spa! Umwelt und Energie – verlorene Liebesmüh oder unabhängigbar? Worauf Hoteliers bei einem ökologisch umsetzbaren Wellness-Konzept achten müssen“ Referentin beim **AHGZ Leaders Day** am 20. und 21. Oktober im Grand Spa Resort Arosa Travemünde. Anmeldung unter www.leadersday.de

Green-Spa-Organisationen

► **British International Spa Association (BISA):** Die BISA hat unter der Leitung der Spa-Expertinnen Ute Rührig und Marion Schneider die Arbeitsgruppe Green-Spa gegründet. Sie arbeitet eng mit dem Studiengang „Tourismuswirtschaft und Nachhaltige Energieökonomie“ der Adam Ries Fachhochschule Erfurt zusammen. Das gemeinsam entwickelte Pilotprojekt „Toskana-Therme als Studienprojekt Green-Spa“ startet im kommen-

den Semester. Die Arbeitsgruppe dient als Experten- und Wissensplattform für alle interessierten Spa-Betreiber.

Kontakt: Marion Schneider, Tel. 036461 91826, E-Mail: ms@toskanaworld.net

► **Non-Profit-Organisation**

„The Natural Step“:
www.naturalstep.org

► **Green Spa Network:**

www.greenspanetwork.org

► **Green Globe International:**

www.greenglobeint.com