

Green Facts

20twenty one

Inhalt

Wissen teilen?!	03
Kollektives Wissen ist unser Schatz	04
Drei Fragen an	08
Resteessen	10
Unser Nachhaltigkeits-ABC.....	12
CO ₂ Bilanz 2019	14
Ansprechpartner:innen/Impressum ...	22

Wissen teilen?!

„Da werden wir nicht mehr drum herumkommen!“, das höre ich – so oder ähnlich formuliert – in letzter Zeit oft. Gemeint ist, dass Nachhaltigkeit oberste Priorität bekommt. Ich bin dankbar, dass wir seit Jahren **Grün unterwegs** sind und uns gemeinsam verändern. Unser CO₂-Fussabdruck spricht eine deutliche Sprache, inzwischen tickt und handelt unser gesamtes Team grün.

Seit Beginn unseres green transformation-Prozesses 2013 haben wir über 500 Einzelmaßnahmen für mehr Ressourcenschonung durchgeführt. Wie so viele, die beim Stichwort Nachhaltigkeit zunächst an Energiesparen denken, haben auch wir Glühbirnen ausgetauscht, sparsamere Geräte angeschafft, sind auf Ökostrom umgestiegen und haben tonnenweise Lebensmittel eingespart. Wer uns schon länger kennt, weiß um die Fortsetzung der Geschichte, dass wir dafür Umweltpreise und Auszeichnungen bekommen.

Wir beschäftigen uns konsequent mit den drei Säulen der Nachhaltigkeit. Ökologie, Ökonomie und Soziales nehmen bei uns den gleichen Stellenwert ein. Das bedeutet auch, dass wir uns mit den Menschen, die tagtäglich in einem 4-Sterne-Hotel ihr Bestes für den Gast geben, intensiv auseinandersetzen. Wir gehen auf persönliche Lebenssituationen ein, sorgen für ein Miteinander auf Augenhöhe und bieten vielfältige Weiterentwicklungs- sowie Gesundheitsangebote an.

In dieser schwierigen Zeit, in der ein Virus die Welt in Atem hält, sind wir gut gerüstet. Unser Team findet sich bei Zukunftsthemen wieder, das gibt Zuversicht! Auch in Pandemiezeiten ernten wir die Früchte unseres langjährigen Engagements für mehr Wertschätzung von Mensch und Umwelt. Immer wieder sind Journalist:innen und Fernsichtteams zu Besuch in Bremerhaven, sie interessieren sich für unsere Honigbienen, Wasserbüffel oder das Infodinner Resteessen.



Mein Motto bleibt: Lieber mittendrin, als nur dabei! Wir sind bewusst **Grün unterwegs**, knüpfen starke Netzwerke und gestalten unseren Standort, die Klimastadt Bremerhaven, mit. Wir engagieren uns in Gremien, lassen uns beraten und erweitern stetig auch unser Wissen. Wie und mit wem wir unser Wissen teilen, erzählen wir Ihnen in dieser Ausgabe. Und in den nächsten Green Facts erfahren Sie dann, wo wir in Bezug auf unsere Gemeinwohl-Bilanz stehen. Denn aktuell sind wir Teil eines Leuchtturmprojektes von sechs Bremerhavener Unternehmen, die mit Unterstützung der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven diesen wichtigen Schritt gehen. Wir möchten wissen, was es konkret mit unserem Beitrag zum Gemeinwohl auf sich hat und die Bilanz nutzen, um uns dementsprechend weiterzuentwickeln.

Gemeinsam wollen wir im ATLANTIC Hotel Sail City am Weserdeich kontinuierlich etwas verändern. In alte Denk- und Verhaltensmuster wollten wir schon vor Ausbruch der Pandemie nicht zurück. Insofern trägt mich die Hoffnung auf eine bessere Zukunft weiter durch diese fordernde Zeit. Persönlich treibt mich umso mehr an, dass wir schon so viel wissen – es ist Zeit, dass mehr Menschen wirklich handeln!

In diesem Sinne – machen Sie mit, denn Nachhaltigkeit ist ansteckend!

Herzlich,

Ihr Tim Oberdieck, Hoteldirektor



Kollektives Wissen ist unser Schatz.

Wissen teilen heißt Wissen multiplizieren. Auf unserer inzwischen schon fast 10 Jahre andauernden Reise hin zu einem verantwortungsvoll wirtschaftenden Unternehmen haben wir uns wertvolles Wissen angeeignet. Know-how ist für uns eine kostbare Ressource, die auf Bildung, Erfahrungen und Austausch basiert.

Im Rahmen unserer Strategie **Grün unterwegs** bereiten wir Themen unterschiedlich auf, arbeiten Broschüren, Flyer und Pressemeldungen aus, platzieren Informationen auf unseren Websites oder Speisekarten. Darüberhinaus entwickeln wir unterhaltsame Formate wie unser Infodinner Resteessen, zu dem wir einmal jährlich wichtige Multiplikator:innen einladen, kochen in Kindergärten oder veranstalten Upcycling-Nähworkshops mit Schüler:innen-Firmen.

2019 haben wir begonnen, uns mit Green Nudging zu beschäftigen. Damit sind kleine „Anstupser“ gemeint, die von „Licht aus?“-Aufklebern an den Hotelzimmertüren bis hin zu Erklärungen auf der Speisekarte reichen, wie klimafreundlich das jeweilige Gericht ist. Mit diesen Kommunikationstools teilen wir unser Wissen über die jeweiligen Zusammenhänge oder Verbräuche mit dem Ziel, im besten Falle zu einer Verhaltensänderung beizutragen.

Unsere Hausführungen sind grün

Unser Hotel verstehen wir als eine offene Wissensplattform und freuen uns über regelmäßiges Interesse an unseren Lieblingsthemen. Mindestens einmal im Monat bekommen wir Besuch und informieren Schüler:innen, Lehrende, Studierende oder auch Wirtschaftsdelegationen über unsere Themen. Bei einer grünen Hausführung geht es um Energieeffizienz, den sorgsam Umgang mit Lebensmitteln oder die Art der Aufklärung, die wir in Richtung des Gastes betreiben. Wir bereiten unsere grünen Fakten nie mit erhobenem Zeigefinger oder moralisch auf, sondern informativ und direkt nachvollziehbar, sei es durch Tipps in den Zimmern, in der Lobby oder auf der Speisekarte. Darüber kommen wir oft intensiv mit unseren Gästen ins Gespräch, sensibilisieren sie für ihre Verantwortung beim Klimaschutz. Wir motivieren sie dadurch, ihr eigenes Verhalten und den Umgang mit Ressourcen zu überdenken. Grüne Hausführungen sind darüberhinaus auch für potenzielle Bewerber eine optimale Gelegenheit, unseren Betrieb, die besonderen Schwerpunkte, unsere Werte und Motivation kennenzulernen.

„Klimafreundliche Gerichte sind unsere Zukunft in der Küche! Für die nächsten Generationen ist es auf jeden Fall ein großer Baustein, der an Wichtigkeit immer mehr zunimmt. Mit diesem Nudge wurden bereits einige Denkanstöße bewirkt – sowohl im Team als auch am Gast. Vor allem Fisch und Fleisch treiben die Klimabilanz nach oben, Alternativen sind also das A&O.“

Dominik Flettner, Küchenchef



Grün unterwegs in alle Himmelsrichtungen

Am Standort Bremerhaven engagieren wir uns in Arbeitsgruppen und Ausschüssen zu diversen Themen: Hoteldirektor Tim Oberdieck ist seit Oktober 2017 stellvertretendes Mitglied im Bremischen Landesausschuss für Berufliche Bildung. Gemeinsam mit Küchenchef Dominik Flettner und F&B Managerin Dagmar Pichler ist Tim Oberdieck darüberhinaus auch im Prüfungsausschuss der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven vertreten.

Seit 2013 sind wir aktives Mitglied im Netzwerk Schule, Wirtschaft und Wissenschaft für die Region Unterweser e.V. Dort setzen wir uns dafür ein, Schulen stärker mit Wirtschaft und Wissenschaft zu vernetzen, werben für die Berufsbilder, die wir anbieten. Der Fokus liegt dabei auf der Rekrutierung von Nachwuchskräften aus der Region, um damit dem Fachkräftemangel aktiv entgegenzuwirken. Wir sind Gastgeber der Jahresabschlussveranstaltung des sogenannten Talentpools und nutzen die Synergien, die uns das breit gefächerte Netzwerk entlang der gesamten Ausbildungskette bietet.

Gemeinsam mit Bildungs- und Beratungsträgern, anderen Unternehmen, wissenschaftlichen Einrichtungen, Kommunen und Sozialpartner:innen stehen wir laufend im Dialog, um wechselseitige Erwartungen zu klären und spezifische Aufgaben oder Interessen abzugleichen. Wir tauschen Erfahrungen aus und entwickeln gemeinsam Lösungen. Das Ziel des Netzwerkes SWW ist es, jungen Menschen aus der Region mehrere Optionen aufzuzeigen und beispielsweise Praktika zu ermöglichen. Schule und Wirtschaft greifen unmittelbar ineinander, so werden die unterschiedlichen Möglichkeiten für einen idealen Start in Ausbildung, Studium und Arbeit deutlich.

Inzwischen halten wir auch Vorträge zu unseren grünen Themen im ganzen Land. So war Tim Oberdieck beispielsweise ins Allgäu eingeladen, um in Kempten auf der Abschlusskonferenz der Energieberatungskampagne Oberallgäu von unseren Erfahrungen, Lernkurven und Erfolgen zu berichten. Diese Einladung war insofern besonders spannend, als dass das Forum aus Hoteldirektor:innen und Eigentümer:innen – vom Hostel bis zum 5-Sterne-Hotel – bestand. Sie sind überaus wichtige Multiplikatoren, bei denen es in der Regel um große Einsparpotenziale von der Karotte über die Leuchtmittel bis zur Seife geht. Mit dieser Zielgruppe erreichen wir diejenigen, die im großen Stil Verantwortung für den bewussten Konsum vieler Menschen – Freizeitreisenden ebenso wie Tagungs- und Kongressteilnehmenden – tragen.

Wissen teilen statt Wissen sammeln

Glaubwürdige Kommunikation, die durch echte, gelebte Themen dazu beiträgt, dass sich etwas verändert, ist fest in unserer Unternehmensphilosophie verankert. Inzwischen haben wir in unserem Hotelteam und dem Netzwerk um uns herum eine Kultur des Austausches und offenen Miteinanders auf unterschiedlichen Ebenen geschaffen. Indem wir intern wie extern Impulse setzen und unsere Erfahrungswerte einbringen, erhalten wir erfahrungsgemäß viel zurück. Für uns ist Wissen nicht Macht, sondern der Schlüssel für unseren ökonomischen, ökologischen und sozialen Erfolg.

Geben und Nehmen

Die Reflexion eigener Verhaltensweisen – auch auf Führungsebene – Verbesserungsvorschläge und Kritik annehmen zu können oder mutige Ideen von Auszubildenden für unser Hotel umsetzen zu lassen: dies sind nur einige Vorteile, die wir vorallem durch die passgenaue Entwicklung interner Formate feststellen. Dazu gehört das einjährige smile training für unsere Auszubildenden im ersten Lehrjahr oder das TEAMcamp im Format eines BarCamps. Abteilungsübergreifend werden Themen auf Augenhöhe bearbeitet, die unsere Mitarbeitenden bewegen. Bei beiden Formaten wird deutlich, wie sehr wir sowohl durch die Weitergabe von bereits vorhandenem als auch das gemeinsame Erarbeiten neuen Wissens profitieren.



So zielgerichtet, wie wir an der Persönlichkeitsentwicklung im Team arbeiten, so zielgerichtet arbeiten wir auch in verschiedenen Zusammenhängen an Themen, die für die Hotellerie- und Gastronomie, den Standort und vorallem den Klimaschutz relevant sind. Wir möchten ständig im Dialog bleiben, unser Netzwerk und unser Wissen erweitern. Denn für uns steht fest, dass unsere Stärke gute und verlässliche Partner:innen sind. Diesen Grundgedanken bringen wir auch in das Bremerhavener MICE-Netzwerk ein. Dort tauschen sich Hotels, Locationbetreiber:innen, Gastronom:innen und Eventdienstleistende über die zukünftige Entwicklung Bremerhavens als innovative Destination für Meetings, Incentives, Conferences and Events, kurz MICE, regelmäßig aus. Sowohl unsere grünen Hausführungen als auch unser Infodinner Resteessen sind ebenfalls als Rahmenprogramme für den MICE Bereich konzipiert und können ab 20 Personen gebucht werden. In diesem Zusammenhang stellen wir ebenfalls unser Wissen im Rahmen der MICE-Stammtische zur Verfügung und verstehen uns als grüner Impulsgeber.

Mit unserer Strategie, **Grün unterwegs** zu sein, verfolgen wir konsequent einen ganzheitlichen Ansatz. Indem wir den Mensch in den Mittelpunkt und auf eine Ebene mit ökologischen und ökonomischen Zielen stellen, sind wir nachhaltig erfolgreich.



3 Fragen an...

... *Dr. Michael Kopatz*

Dr. Michael Kopatz ist Umweltwissenschaftler, Dozent und Projektleiter im Wuppertal Institut. Dort war er maßgeblich an der Erstellung des Standardwerks „Zukunftsfähiges Deutschland“ beteiligt. Gegenwärtig beschäftigt sich Michael Kopatz mit Konzepten zur systematischen Stärkung der Regional- und Gemeinwohlwirtschaft in Kommunen. Diesen Ansatz nennt er „Wirtschaftsförderung 4.0“. Darüber hinaus interessiert den promovierten Sozialwissenschaftler, wie sich eine umfassende Lebensstilwende realisieren lässt. In seinem Buch „ÖKOROUTINE – damit wir tun, was wir für richtig halten“ plädiert Kopatz dafür, die Verhältnisse durch Veränderung von Strukturen zu ändern. Wenn das gelingt, ändert sich erfahrungsgemäß auch das Verhalten.

Grün unterwegs.

Welche Rolle spielen politische Entscheidungen, damit Ökotourismus zum Normalfall wird und welche Weichen sollten dafür jetzt – auch bedingt durch die Pandemie – gestellt werden?

Zunächst einmal wünsche ich mir nur, dass das Bundesverkehrsministerium nichts tut. Das ist ja wohl nicht schwer. Konkret geht es mir darum, dass wir in Deutschland keine neuen, zusätzlichen Startbahnen bauen. Darüber hinaus wünsche ich mir, dass die Flugsicherungsbehörde keine weiteren Slots vergibt für Starts und Landungen. Mit dieser „Maßnahme“ wäre sichergestellt, dass der Flugverkehr zumindest nicht weiter wachsen kann. Die Deutschen fliegen schon jetzt extrem viel. Ich fordere nicht, dass sie weniger fliegen. Es darf aber nicht noch mehr werden.

Wenn es nicht gelingt, wenigstens das „immer mehr“ zu stoppen, lässt sich eine Hitzekatastrophe nicht verhindern und Bremerhaven säuft ab. Das Geschwafel vom Wasserstoffflugzeug nervt mich. Wer das als mittelfristige Lösung anpreist, belügt die Leute oder ist völlig ahnungslos.

Sie beschäftigen sich unter anderem mit dem Themenfeld „Nachhaltiger Wohlstand“. Wie können Reisende motiviert werden, sich stärker beispielsweise mit Arbeitsbedingungen oder Lebensverhältnissen vor Ort zu beschäftigen und worauf achten Sie persönlich ganz besonders bei Ihrer Reiseplanung?

Ich habe inzwischen die Hoffnung aufgegeben, dass die Menschen ihre Routinen und Reisegewohnheiten aus Altruismus ändern. Für manche mag das zutreffen, für die breite Mehrheit nicht. Moralische Appelle möchte ich vermeiden. Deswegen heißt mein aktuelles Buch ja auch „Schluss mit der Ökomoral“. Ich suche immer nach systemischen, strukturellen Lösungsansätzen. Vielleicht bräuchte man eine Art Lieferkettengesetz für den Tourismus.

Ich bin vielleicht vier bis fünf Mal in meinem Leben geflogen. Mein Fernweh hält sich in Grenzen. Auf eine Reise nach Australien zu verzichten, ist für mich kein großes Opfer. Wir haben auch als Familie nie ein eigenes Auto besessen und unsere Urlaube in der Regel mit der Bahn unternommen. Ich finde es aber okay, gelegentlich mit dem Auto oder einem Camper in den Urlaub zu fahren. In meinen Augen sind auch Kreuzfahrtschiffe nicht böse. Wer darüber lästert, darf nicht fliegen. Und da wäre dann noch die Sache mit dem Glashaus.

Haben Sie für unsere konsequente Weiterentwicklung als nachhaltig wirtschaftendes 4-Sterne-Hotel eine Empfehlung in Sachen Ökoroutine und auch für Bremerhaven als aufstrebende Freizeit- und Geschäftsreise-Destination im Gepäck?

Erwarten Sie nicht von den Kund:innen, dass sie aus eigener Motivation etwas klimapolitisch Vernünftiges tun. Setzen Sie immer bei den Strukturen an. Die Regel mit den Handtüchern ist ja schon lange Tradition. Versorgen Sie die Gäste soweit möglich mit Produkten aus der Region – nicht nur mit ökologischen Lebensmitteln. Auch die Bettwäsche kann man womöglich bei einem Anbieter in der Region beschaffen, zumindest aus fairer Produktion.

Selbstverständlich sollte Ihr Hotel klimaneutral wirtschaften. Und wenn Sie es ganz entschlossen angehen wollen, erstellen Sie eine Gemeinwohlbilanz. Mit diesen Prüfkriterien bringen Sie das Hotel auf einen sozial und ökologisch tragfähigen Kurs.

Die Fragen stellte Tim Oberdieck, Hoteldirektor



Resteessen

Eindrücke von 2016 - 2020

Ein Resteessen im 4-Sterne-Hotel? Ja, das gibt es! Unser Infodinner vermittelt die Botschaft, kostbaren Lebensmitteln mehr Wertschätzung entgegenzubringen. Einmal im Jahr laden wir wichtige Multiplikatoren vom Filmemacher bis zur Zuständigen für die städtische KiTa-Verpflegung ein und führen durch ein 4-Gänge-Menü. Jeder Gang serviert neue Erkenntnisse und wertvolles Wissen, wie Lebensmittelverschwendung vermieden werden kann. Weil das Thema alle angeht, findet das Resteessen „made in Bremerhaven“ großen Anklang bei Journalist:innen oder Fernsenteams und verhilft uns zu enormen Reichweiten.



Unser Nachhaltigkeits-Alphabet

Wir sind von A bis Z grün unterwegs!

Nachhaltig zu wirtschaften und zu handeln, ist für uns bedeutet die Umsetzung unzähliger konkreter Maßnahmen. Dabei reicht das Themenspektrum von A wie Abfallvermeidung bis Z wie Zertifizierung.

Sie interessieren sich für unsere vielfältigen Themen? Treten Sie mit uns in den Dialog, wir freuen uns darauf, unser Wissen mit Ihnen zu teilen!

gruenunterwegs@atlantic-hotels.de

A Abfallvermeidung
Apfelbaumpatenschaften im Alten Land

B Blauer Engel energieeffiziente Drucker
Bienenstöcke
Betriebliches Gesundheitsmanagement

C Cradle to cradle Toilettenpapier
CO₂-Fußabdruck

D Dialog
DB Veranstaltungsticket
Drucksachen auf Recyclingpapier
Digitaler Zeitungskiosk

E Energie-Scouts
E-Tankstellen

F Frühstück plastikfrei
Fahrradkurier
FSC-Zertifizierung
Fairtrade

G Green Team
Green Service
Grün unterwegs
Green Facts

H Hausgemachtes Handschlag Schulklasse
Handtuchwechsel

I Impuls: green transformation

J Ja zu Klimaschutz

K Klimastadtbotschafter

L LED Lampen
Lebensmittelverschwendung
Lieferanten

M Mobilität
Motivierte Mitarbeitende
Mülltrennung

N Nudges (Licht aus, klimaneutrale Gerichte, Website)

O Ohne Plastik: Bleistifte statt Kugelschreiber

P Probiotische Zimmerreinigung

Q Qualitätsmanagement
Qualität statt Masse (z.B. Verfügbarkeit Wasserbüffel)

R Resteessen
Regio-Shop

S SDGs
Sail FIT Team
Supervision
Seifenspender
Seed bombs
smile training

T Toilettenpapier cradle to cradle
TEAMCamp

U United Against Waste
Upcycling

V Verantwortung
Vorbild

W Wissen teilen (Netzwerke, Kochkurse, Vorträge, interne Workshops für Mitarbeitende, Grüne Hausführung)
Wollschwein
Wasserbüffel

X X-Crossover: Zukunft der Veranstaltungsbranche Online, Hybrid, Live

Y Yes we can ;-)

Z Zertifikate
(Gesicherte Nachhaltigkeit, Ausgezeichnet familienfreundlich, MSC, Rainforest Alliance, Bio, Blauer Engel)
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)



CO₂-Bilanz 2019

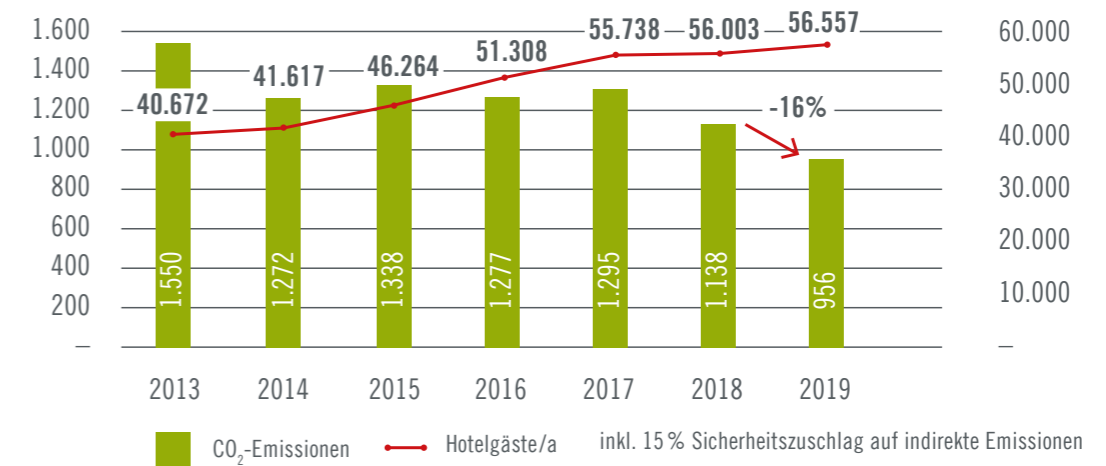
Wie alles begann...

Unsere erste Energie- und CO₂-Bilanz haben wir im Jahr 2013 erstellen lassen. Vordergründiges Ziel war es damals, einen Überblick über unseren CO₂-Fußabdruck zu erhalten. Wir wollten wissen, wo Emissionen entstehen, wo sich vermeidbare Emissionen verstecken und wie wir gegensteuern können?

Im nächsten Schritt gelang es uns, Jahr für Jahr unseren CO₂-Fußabdruck durch Umsetzung geeigneter Klimaschutz- und Effizienzmaßnahmen zu verringern. Von anfangs 1.550 Tonnen CO₂-Äquivalenten* (CO₂e) in 2013 konnten wir die durch den Hotelbetrieb verursachten Emissionen um knapp 38 % auf 956 Tonnen CO₂e in 2019 verringern. Das ist ein toller Erfolg, den wir gerne fortführen wollen.

Entwicklung der CO₂-Emissionen in t/a — Hotelgäste/a

CO₂-Fußabdruck ATLANTIC Hotel Sail City

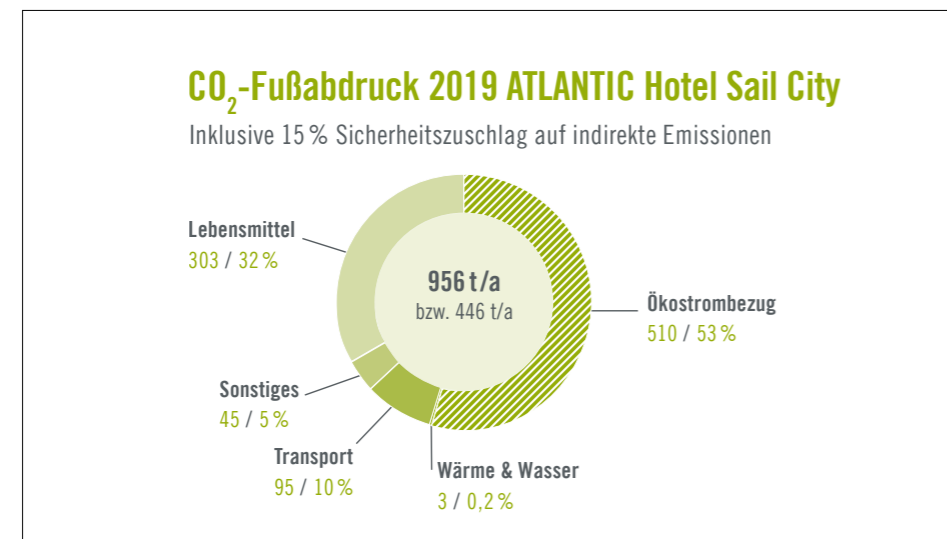


* Die Einheit CO₂-Äquivalent (CO₂e, e für equivalent) wird genutzt, um die Klimawirkung verschiedener Treibhausgase zu vergleichen. Denn die verschiedenen klimaschädlichen Gase tragen in einem bestimmten Zeitraum unterschiedlich stark zum Treibhauseffekt bei. Methan wirkt beispielsweise 21-mal stärker als Kohlenstoffdioxid. Eine Tonne Methan entspricht somit 21 Tonnen CO₂-Äquivalente.

Direkte und indirekte Emissionen

Bei der Bilanzierung von Treibhausgasemissionen (THG) unterscheidet man in direkte und indirekte Emissionen und teilt diese in drei Bereiche, die so genannten „Scopes“:

- Scope 1:** direkte Emissionen durch eigene Anlagen oder Gebäude, z.B. durch Verbrennung von Erdgas oder Heizöl in Heizkesseln oder auch Kraftstoffverbräuche in eigenen Fahrzeugen
- Scope 2:** indirekte, energiebedingte Treibhausgasemissionen, z.B. der Bezug von Strom
- Scope 3:** alle weiteren indirekten THG-Emissionen, z.B. Emissionen im Bereich Beschaffung (Materialien, Lebensmittel etc.) oder Mobilität (Arbeitswege, Dienstreisen), Entsorgung etc. und Vorketten energiebedingter Emissionen (z.B. für den Transport von Kraftstoffen)

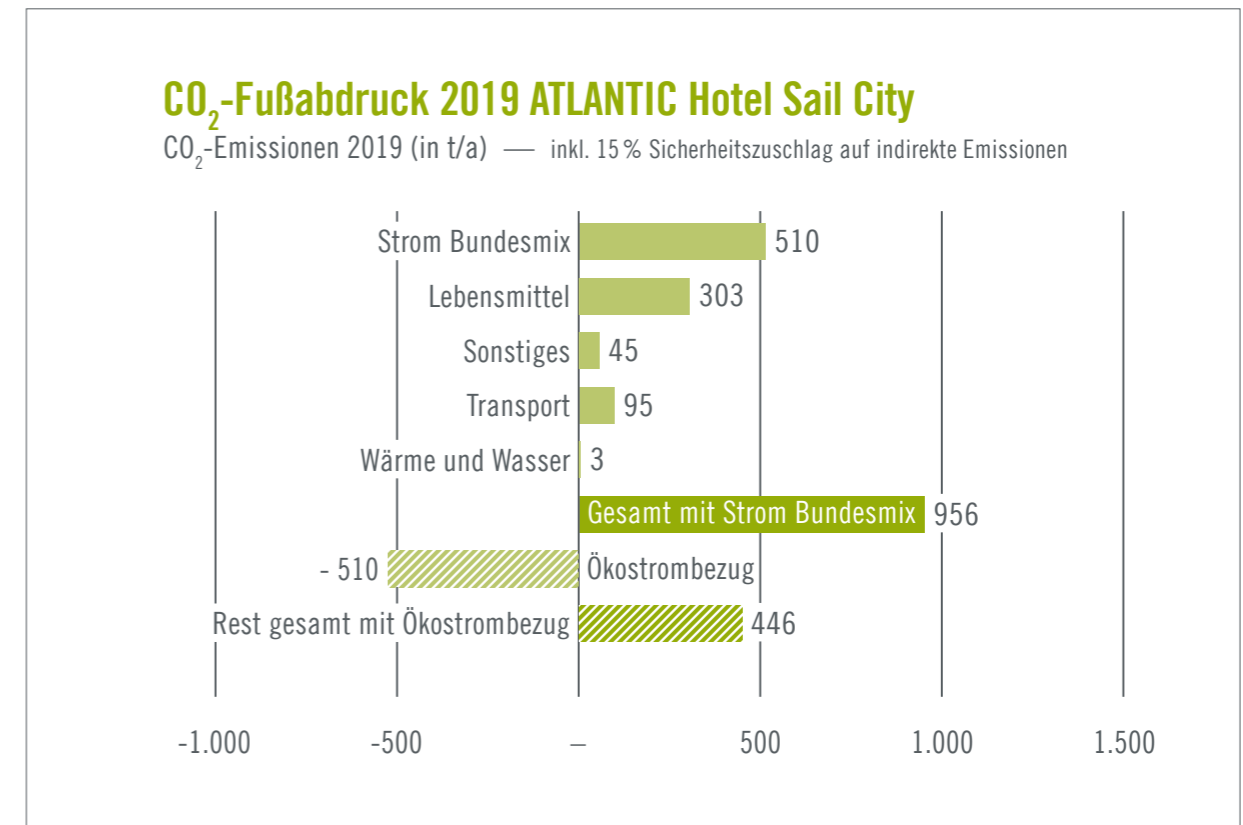


Was wir geschafft haben...

Unsere direkten Emissionen aus Scope 1 konnten wir durch investive Maßnahmen, wie zum Beispiel durch den Austausch ineffizienter Geräte in der Küche oder der Anpassung und Optimierung der Heizungs-, Klima- und Lüftungstechnik etc. schnell deutlich verringern.

Die Scope 2-Emissionen, das heißt der externe Strombezug beim örtlichen Energieversorger, wurden ab 2015 durch den Umstieg auf Strom aus erneuerbaren Energien auf rein rechnerisch nahezu Null reduziert. Um dem so genannten „Green Washing“ entgegenzuwirken, war uns aber immer wichtig, die Emissionen, die durch konventionellen Strombezug entstanden wären, zusätzlich zu kommunizieren (Dual Reporting). Und natürlich zu allererst durch Vermeidung unnötiger Stromverbräuche (z.B. Licht aus) und durch Effizienzmaßnahmen (z.B. Einbau LED) zu verringern. Die Reduktion der Strom-Emissionen sind aber insbesondere dem Ausbau der erneuerbaren Energien zu verdanken. Hierdurch reduzieren sich entsprechend die Emissionen der Stromerzeugung. Lag der Emissionsfaktor für Strom im Jahr 2016 noch bei 523 g pro kWh, sank er kontinuierlich auf nur noch 401 g pro kWh erzeugtem Strom in 2019 (Quelle: Umweltbundesamt).

Unsere absoluten Stromverbräuche konnten wir durch Effizienzmaßnahmen in den Jahren von 2013 bis 2019 um 4 % reduzieren, trotz Anstieg um über ein Drittel an Übernachtungsgästen.



Bei den indirekten Emissionen aus Scope 3 wurde es schon schwieriger. Hier waren Änderungen in der Organisation, wie beispielsweise in der Beschaffung oder auch in der Kommunikation sowohl mit unserer Belegschaft als auch mit unseren Gästen notwendig.

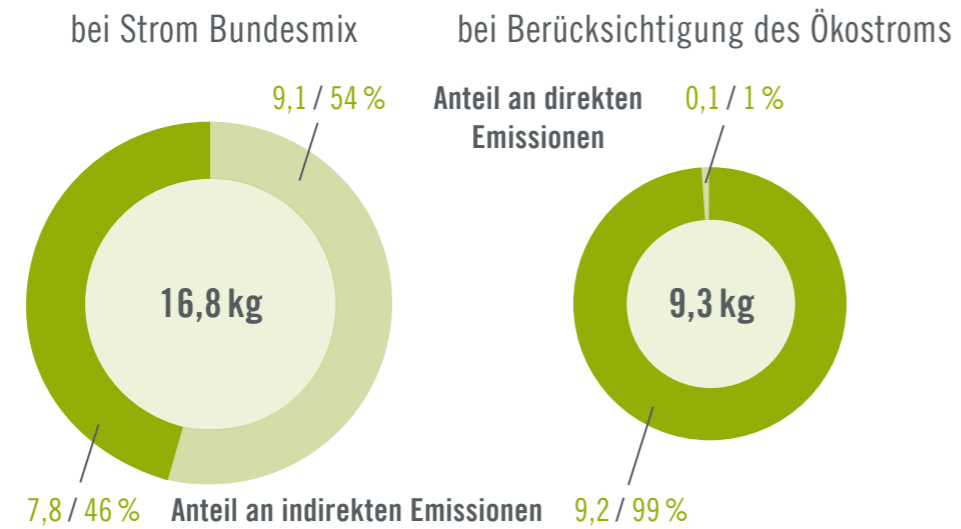
Hier haben wir zum Beispiel auf klimaneutrale Printmedien umgestellt, nutzen nur noch Recyclingpapier, haben fast ausschließlich auf probiotische Reinigungsmittel umgestellt, Materialmengen reduziert, Abläufe im Housekeeping oder in der Küche optimiert und durch geeignete Medien Informationen an unsere Gäste weitergegeben, wie beispielsweise mit unserer Fotoausstellung zum Thema Klimaschutz im Foyer des Conference Centers.

„Unsere Devise im Housekeeping ist und bleibt: sauber und nachhaltig. Durch den Nudge „Licht aus?“ haben wir das Team und die Gäste langfristig sensibilisiert. Egal, ob es die Reinigung der Zimmer oder der öffentlichen Bereichen im Hotel betrifft, das Bedürfnis, nachhaltig und sparsam mit Ressourcen umzugehen, prägt das Team und ist im Kopf so verankert, dass es auch zu Hause vorbildlich angewendet wird.“

Irene Schustoff, Hausdame



CO₂-Fußabdruck 2019 pro Gast in kg



Ein Handlungsfeld, das wir bewusst aussparen, ist die An- und Abreise der Hotelgäste. Hier sehen wir für uns nur bedingt eine Handlungsmöglichkeit, da wir auf die Reisegestaltung der Gäste nur wenig Einfluss haben. Die Analyse des Pendlerverkehrs und der Dienstfahrten unserer Mitarbeitenden hingegen haben wir immer mitbilanziert.

...und wie es weitergeht

Inzwischen wollen wir unseren Fokus also mehr auf die indirekten Emissionen legen, die wir durch unsere Handlungen im Hotel beeinflussen können.

Egal was wir konsumieren und welche Produkte wir kaufen, unser Konsum hat Folgen für die Umwelt. Wie weitreichend und negativ diese sind, unterscheidet sich jedoch sehr.

Ein Thema, das uns besonders am Herzen liegt, und wofür wir die Verantwortung in unserem Hause tragen, ist die Versorgung unserer Gäste mit gutem Essen. In unserem Restaurant STROM legen wir viel Wert auf saisonale Gerichte und regionale, frische Produkte. Hier konnten wir in den letzten Jahren ebenfalls durch Projekte wie das Resteessen deutliche Einsparungen an Essensmengen und -resten erzielen.

Neue Ziele

Das Handlungsfeld Ernährung hat global gesehen einen großen Einfluss auf die Treibhausgasemissionen. Vor allem tierische und nichtsaisonale Produkte mit langen Transportwegen belasten die Umwelt und das Klima. Deshalb haben wir uns die Lebensmittel in unserem Hotel genauer angesehen und für das Jahr 2019 eine neue Methodik in der CO₂-Bilanzierung der Speisen und Getränke durchgeführt.

Wir unterscheiden unseren CO₂-Fußabdruck nun deutlicher in unsere direkten und indirekten Emissionen aus Scope 1, 2 und 3. Darüber hinaus unterschieden wir nicht mehr in die Bereiche Hotel und Conference Center. Durch ein neues Buchhaltungssystem/Software auf Konzernebene ist uns diese Unterscheidung so nicht mehr möglich.

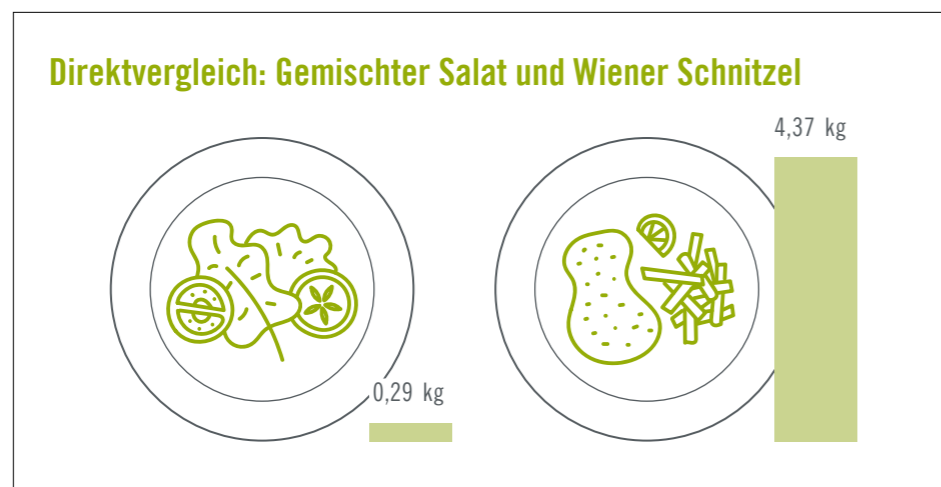
Ziel ist es, durch die neue Methodik der erweiterten Lebensmittelbilanzierung geeignete Maßnahmen zu identifizieren, um die Emissionen in diesem Handlungsfeld durch Umstellung bzw. Optimierung der Auswahl an Lebensmitteln CO₂-Emissionen zu vermeiden oder zumindest zu reduzieren.



Unsere Lebensmittel

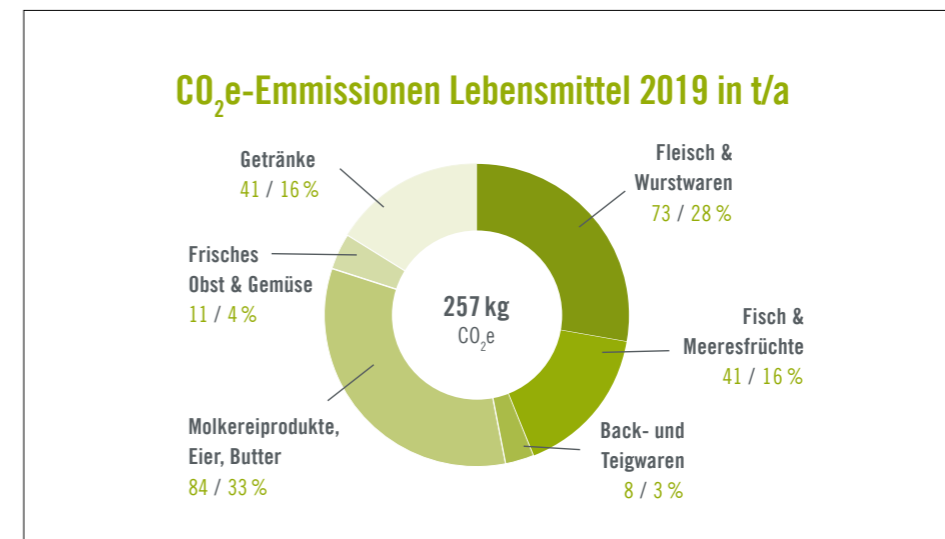
In 2019 haben wir uns eine unserer Saisonspeisekarten vorgenommen und die Gerichte bilanziert*.

Menü	CO ₂ in kg	Menü	CO ₂ in kg
Vorspeise		Hauptgang Fisch	
Gemischter Salat	0,29	Leng	1,86
Variation von der Krabbe	0,99	Limandes	1,92
Carpaccio von Stör und Lachs	1,21	Kabeljau	2,02
Ceasarsalat	1,55	Pannfisch	2,45
Suppe		Hauptgang Alternative	
Apfel-Selleriesuppe	0,94	Bulgursalat	0,68
Fischtopf	1,16	Kohlrabischnitzel	1,04
Essenz von der Tomate	1,23	Orangentofu	1,09
Cappuccino Steckrübe	3,23	Flammkuchen	1,13
Hauptgang Fleisch		Hauptgang Alternative	
Perlhuhn	1,56	Bio Käseauswahl	0,30
Tomahawk	2,45	Dessertvariation	0,44
Lammrücken meets Wasserbüffel	2,61	Creme Brulee	0,45
Rinderfilet	3,57	Honigparfait	1,22
Wiener Schnitzel	4,37		



Das klimafreundlichste Gericht ist erwartungsgemäß der gemischte Salat mit knapp 300 Gramm CO₂ pro Portion, das Gericht mit der schlechtesten Klimawirkung ist das Wiener Schnitzel mit ca. 4,4 Kilogramm CO₂ pro Portion. Das Rinderfilet, das für sich genommen eine schlechtere Klimabilanz hat als Schweinefleisch (13,6 kg CO₂/kg vs. 4,6 kg CO₂/kg), schneidet hier als Gericht besser ab, da die Portionsmenge kleiner ist und die Beilagen klimafreundlicher.

* Bilanzierung mittels online-Tool: https://www.klimatarier.com/de/CO2_Rechner
 Datenbasis Quelle: „Ökologische Fußabdrücke von Lebensmitteln und Gerichten in Deutschland“, Dr. Guido Reinhardt, ifeu – Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg, 2020



Butter bei die Fische

Insbesondere tierische Lebensmittel haben einen enorm hohen Einfluss auf unseren CO₂-Fußabdruck (anteilig 77 %). Neben den hohen Emissionen durch Fleischprodukte (28 %) und Fischprodukte (16 %), liegen auch die Emissionen verursacht durch Produkte wie Milch, Butter oder Eier mit einem Anteil von 33% deutlich über dem Anteil von Obst oder Gemüse mit einem Anteil von gerade mal 4 %.

Merke: Je höher der Fettgehalt eines Molkereiproduktes ist, desto schlechter ist dessen Klimabilanz, da im übertragenen Sinne mehr Kühe für weniger Produkt „arbeiten“ müssen.

Butter hat deshalb eine besonders schlechte Klimabilanz: Pro Kilogramm Butter werden knapp 24 kg CO₂-Äquivalente produziert. Um ein Kilogramm Butter zu gewinnen, benötigt man mehr als 20 Liter Milch, die selbst 940 Gramm CO₂e verursacht. Hinzu kommen Emissionen durch Transport, Lagerung und die dafür notwendige Kühlung. Damit schlägt die Butter sogar Rindfleisch, das mit rund 13 kg CO₂e pro Kilogramm ebenfalls ein Spitzenreiter unter den CO₂-intensiven Lebensmitteln ist.

Unser Fazit

Ein reduzierter tierischer Lebensmittelkonsum trägt zum Umwelt- und Klimaschutz bei. Auch der Konsum von Produkten aus ökologischem Anbau, regional und saisonal hergestellt, verbessert die Ökobilanz.

Auf unsere schmackhaften Fleisch- und Fischgerichte möchten wir trotzdem auch zukünftig nicht verzichten. Aber wir werden unsere Einkaufsstrategie überdenken und möchten unsere Auswahl an vegetarischen und veganen Speisen, sowie unsere regionalen frischen Saisongerichte weiter ausbauen, damit unsere Gäste die Möglichkeit haben, selbst nach ihrem Geschmack zu wählen. Wir möchten niemandes Essverhalten beurteilen oder verändern, sondern gezielt da Einfluss nehmen, wo es uns möglich ist. Das sind die Bereiche Beschaffung und Verarbeitung unserer Produkte. Gemeinsam mit unseren Gästen können wir in Richtung klimafreundlicherem Essen steuern und werden ihnen auch zukünftig kulinarische Genüsse mit gutem Gewissen anbieten. Deshalb gilt auch weiterhin in unserem Haus: Guten Appetit!



Gesicherte Nachhaltigkeit, Investition in die Zukunft.

Über normale Nachhaltigkeitszertifizierungen hinaus setzt das Deutsche Institut für Nachhaltigkeit und Ökonomie aus Münster regelmäßig für seine Auftraggebenden auch Projekte wie zum Beispiel die Analyse der unternehmerischen Ausrichtung mit Hinblick auf die Implementierung von Nachhaltigkeitskompetenzen in die Wertschöpfungskette um. Denn Nachhaltigkeit steht im Fokus unserer globalen Gesellschaft. Daher arbeiten außer uns weltweit schon rund 16.000 zertifizierte Unternehmen aus über 200 Branchen – Tendenz steigend – mit diesem Zertifikat und Siegel, welche derzeit in 12 Sprachen verfügbar sind.

Wir stellen uns mit der Zertifizierung der Anforderung, dass Nachhaltigkeit nur funktioniert, wenn alle in den Prozess miteinbezogen sind. Eine ökonomisch nachhaltige Wertschöpfung sichert langfristig die Kompetenz für ökologische und soziale Verantwortung!



ISO-zertifiziert

Die ATLANTIC Hotels wurden im September 2013 erstmals von der Deutschen Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS, Frankfurt am Main) nach DIN EN ISO 9001:2008 zertifiziert. Seit dem werden die Zertifikate nach eingehenden Prüfungen regelmäßig erneuert. Die DIN EN ISO Norm hat sich mit der Revision 2015 weiterentwickelt – auch diesen Schritt sind die ATLANTIC Hotels gerne mitgegangen und haben sich im Juni 2017 erfolgreich nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifizieren lassen.

Die Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001:2015 ist ein wirksames Instrument der Unternehmenssteuerung. Sie steht für die kontinuierliche Verbesserung der Leistungsfähigkeit eines Betriebes und Qualitätssteigerung im Sinne der Kund:innenwünsche.



Ausgezeichnet familienfreundlich!

Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass sich auch unser Unternehmen angesichts zunehmenden Fachkräftebedarfs als attraktiver Arbeitgeber positionieren muss. Familienfreundlichkeit steht für die meisten Menschen nach wie vor bei der Wahl des Arbeitgebers hoch im Kurs, deswegen freuen wir uns im ATLANTIC Hotel Sail City besonders über die Bremer Auszeichnung.

Das regionale Siegel „Ausgezeichnet Familienfreundlich“ bietet uns als mittelständischem Unternehmen die Möglichkeit, unsere Beschäftigten mit passgenauen und individuellen Angeboten bei der Vereinbarkeit von Privat- und Erwerbsleben zu unterstützen. Bei der Entwicklung von familienfreundlichen Lösungen erfahren wir durch das Netzwerk wichtige Beratung, werden in der Umsetzung begleitet und erreichen durch die Auszeichnung eine größere Öffentlichkeit.

Wir sind Klimaschutz-Preisträger 2018!

Mit dem Klimaschutz-Preis zeichnet energiekonsens, die gemeinnützige Klimaschutzagentur für das Land Bremen, Menschen aus, die richtungweisende Leistungen und hohes persönliches Engagement für den Klimaschutz im Land Bremen gezeigt haben.

„Das Team des ATLANTIC Hotel Sail City hat das 4-Sterne-Haus zu einem eindrucksvollen Best Practice-Beispiel für klimafreundliches und nachhaltiges Wirtschaften gemacht. Tim Oberdieck und Anja Wagner zeigen dabei, dass Ökologie sowie Ökonomie hervorragend zusammenpassen und ihr Zusammendenken ein wichtiger Bestandteil einer zukunftsfähigen Unternehmensstrategie ist. Besonders hervorzuheben ist, mit welcher unglaublichen Energie und ansteckender Leidenschaft sie das Thema in das gesamte Team getragen haben. Die Mitarbeitenden des Hotels wurden von Anfang an mit eingebunden und motiviert, den ‚grünen‘ Weg mitzugehen und mitzugestalten“, betonte energiekonsens-Geschäftsführer Martin Grocholl am 14. Juni 2018 in seiner Laudatio anlässlich der Preisverleihung.



Ansprechpartner:innen

Sandra Tschardtke

Repräsentantin Verkauf & Marketing

Tel.: +49 (0) 471 30990-250
stschardtke@atlantic-hotels.de

Tim Oberdieck

Hoteldirektor

Tel.: +49 (0) 471 30990-566
toberdieck@atlantic-hotels.de

Impressum

Herausgeber	ATLANTIC Hotel Sail City GmbH Am Strom 1 27568 Bremerhaven www.atlantic-hotels.de/hotel-sail-city-bremerhaven
Konzeption, Text, Layout und Realisierung	Viola Haye, Janina Freistedt – bigbenreklamebureau gmbh, Bremerhaven
Redaktion	Sandra Tschardtke, Dennis Micknaß, Tim Oberdieck, Anja Wagner – ATLANTIC Hotel Sail City GmbH
CO ₂ -Bilanzierung	Silke Strüber, BEKS:EnergieEffizienz GmbH, Bremen
Fotos	Antje Schimanke, außer S. 8: Julia Sellmann, S. 10 (2018): Heiko Sandelmann, S. 14/16: Tim Müller-Zitzke

Stand Juli 2021

Wir danken allen, die uns bei der Umsetzung der Green Facts unterstützt haben!

Sie sind auch **Grün unterwegs?**

**Teilen Sie Ihr Wissen mit uns,
schicken Sie uns Ihre Fragen,
Ideen, Anregungen oder Kritik.**

Grün unterwegs.

Wir freuen uns auf Ihre Nachricht!

gruenunterwegs@atlantic-hotels.de

