

ATLANTIC HOTEL SAIL CITY NIMMT BEI GREEN NUDGING TEIL

# „Die Zeiten von ‚ich, ich, ich‘ sind vorbei“

„Man darf nicht maßregeln“, findet Tim Oberdieck. „Unsere Gäste müssen Wahlmöglichkeiten haben und dürfen nicht den Eindruck bekommen, man würde ihnen etwas wegnehmen.“ Mit dieser Ansicht liegt der Direktor des ATLANTIC Hotel Sail City in Bremerhaven voll auf Linie mit der Philosophie des Projekts „Green Nudging“ der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens und des Forschungsinstituts ConPolicy. Bei „Green Nudging“ geht es um kleine Anstupsen, in Form von Informationen oder Angeboten, die den Menschen klimafreundliches Verhalten erleichtern.

Das ATLANTIC Hotel Sail City war eines von acht Unternehmen aus der Pilotphase des Projekts. In der haben sechs Mitarbeitende Nudges entwickelt, die im Alltag des Vier-Sterne-Hauses mit 120 Zimmern nachhaltiges Handeln fördern sollen. So wurden auf der Speisekarte im Hotelrestaurant klimafreundliche Gerichte mit einem Label gekennzeichnet und auf einer Highlight-Seite zusammengefasst. Außerdem erinnern Aufkleber in den Zimmern und eine Glühbirne am Housekeeping-Wagen Gäste und Reinigungspersonal daran, das Licht auszuschalten, um so den Stromverbrauch zu reduzieren.

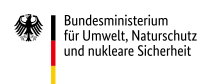
„Unsere Mitarbeitenden waren beim Thema ‚Green Nudging‘ total motiviert“, berichtet Oberdieck. Doch auch außerhalb des Projekts ist es ihm wichtig, das Personal beim Thema Nachhaltigkeit mitzunehmen: „Die Kolleg\*innen müssen sich in den Maßnahmen wiederfinden, dann klappt es. Darum ist bei uns jeder eingeladen, seine Ideen einzubringen.“ Das helfe nicht nur dem Klima, sondern auch dem Hotel: „Nachhaltigkeit ist mittlerweile ein wichtiges Tool im Recruiting“, so Oberdieck. Außerdem sei es unsinnig, Ökonomie und Ökologie gegeneinander auszuspielen: „Wir müssen raus aus diesen alten Denkmustern, denn auch betriebswirtschaftlich rechnen sich alle unsere Klimaschutz-Maßnahmen.“ Dazu gehören unter anderem Ladesäulen für E-Autos, der Bezug von Ökostrom und die Anpassung der Speisegrößen, um Essensabfälle zu reduzieren.

Sein Wissen und die Erfahrungen teilt Oberdieck gern, um andere zu motivieren: „Die Zeiten von ‚ich, ich, ich‘ sind vorbei - wir brauchen mehr ‚wir‘“, meint Oberdieck. Besonders wichtig ist ihm dabei Authentizität. „Wir haben unsere Unternehmenskultur in den vergangenen Jahren umgekrempelt und Nachhaltigkeitsausrichtung fest verankert – das ist für uns mittlerweile daily business.“

Ein Projekt von:



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

