

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH

*Die Krise als Chance, den
Tourismus neu zu denken*

*Nachhaltigkeit als
Erfolgsfaktor*

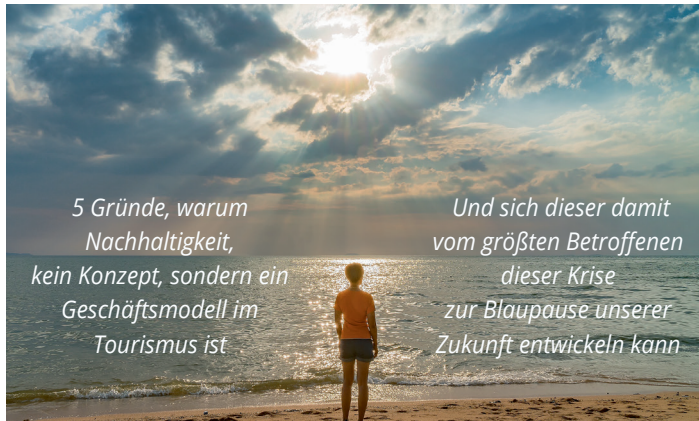


Andreas Koch, a.koch@bluecontec.com
Geschäftsführer bluecontec GmbH
Ö.T.E. Digitale Fachkonferenz,
Nachhaltigen Tourismus in Deutschland gestalten



Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH



Die momentane Krise ist eine der größten im Tourismus. Wie können wir gestärkt daraus vorgehen und wie kann der Tourismus eine Blaupause für Zukunft dieser Welt sein?



Welt vor Corona-Krise



Jetzige Welt

Beides ist nicht erstrebenswert.



Wie kann die Balance hergestellt werden?

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH



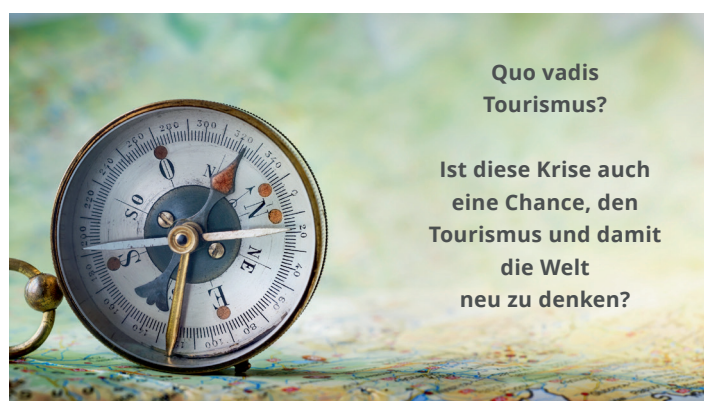
Wo geht die Reise hin? Warum ist der Tourismus einer der Leidtragenden der Krise und so sehr betroffen?



Egal wo, Tourismus ist immer ein Puzzle dieser Welt, alle Herausforderungen dieser Welt manifestieren sich im Tourismus: sei es Abfall-, Energie- oder Wasser-management, aber auch alles Schöne manifestiert sich im Tourismus.



Der Tourismus ist die Welt in einer Nussschale mit all seinen Herausforderungen und Schönheiten.



Frage nach dem ersten Lockdown:
Wo geht der Tourismus hin? Ist die Krise eine Chance für den Tourismus und auch die Welt neu zu denken?

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH



Um diese Frage zu beantworten, bin ich auf (Fahrrad) reise gegangen, um darüber mit 50 Touristikern in ganz Deutschland zu sprechen.



Tourismus ist ein Brennglas für die Herausforderungen, die vorher bereits da waren, bspw. überlaufene Küsten. Es gibt heute aber schon sehr viele Lösungsansätze, die im Tourismus anwendbar sind, bspw. energieneutrale Hotels oder Gastronomen, die mit einem 5-Sterne Abhol- und Lieferservice an einzelnen Tagen mehr Menüs verkauft haben als vor der Krise.



Das Thema Corona hat also oftmals bestehende Probleme verschärft. Viele Herausforderungen aber auch viele Lösungen sind bereits vorhanden.

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH



Themen wie das Gefälle zwischen Reich und Arm, Plastik, Klimawandel, wie behandeln wir unsere Böden holen uns ein und müssen beachtet werden.



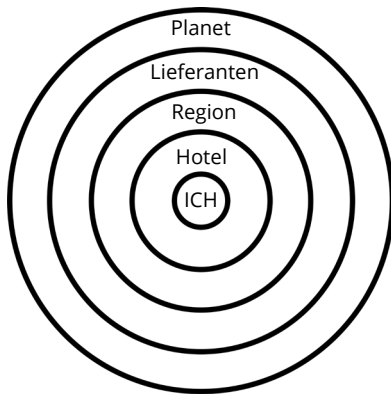
Restart: Den Tourismus neu denken, Impulse geben. Das Gespür für wichtige Dinge wie Gesundheit und Solidarität ist vorhanden.



Tourismus darf nicht schwarz/weiß gedacht werden. Wie kann Tourismus ein neuer Rhythmus für die Welt werden?

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH

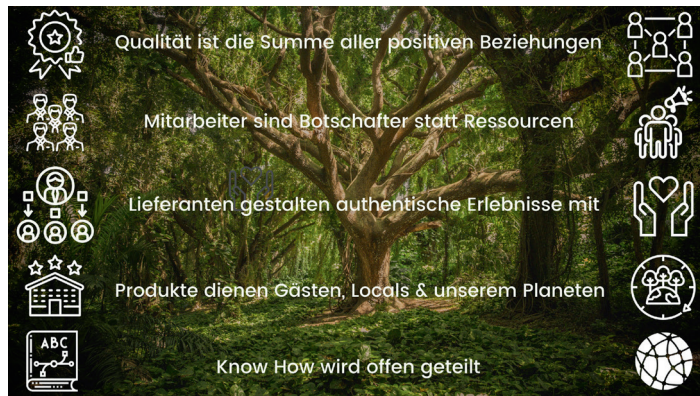


Alles hängt mit allem zusammen...

*Tourismus könnte
Blaupause und
Multiplikator einer
besseren Welt werden...*

*Und das auf Basis eines
erfolgreichen Geschäfts-
modells...*

Es fängt alles mit uns selbst an. Es ist eine Frage der Haltung wie wir in die Zukunft gehen. Tourismus ist über die Hotels, die Regionen, die Lieferanten mit der ganzen Welt verbunden, alles hängt zusammen: Warum kann der Tourismus dann nicht eine Blaupause für eine bessere Welt sein? Und dies auf der Basis eines erfolgreichen Geschäftsmodells.



Das sind die Rahmenbedingungen:

Qualität ist nicht nur die Summe der Beziehungen zu den Gästen sondern zu all den Beziehungen der Region, des Hotels, zu den lokalen Bewohnern, zu den Lieferanten. Mitarbeiter sind nicht nur eine Ressource. Lieferanten können authentische Erlebnisse gestalten. Produkte dienen Gästen und „Lokals“ und unserem Planeten. Knowhow sollte offen geteilt werden, Betriebe konkurrieren ganz oft sollten aber im Sinne der Destinationen geteilt werden.

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH

Für Hoteliers & Destinationen
5 GRÜNDE WARUM NACHHALTIGKEIT EIN GESCHÄFTS-MODELL IST
KURSSTART 11.3.2021
Was fernert Sie aus der Krise?
Was führt Sie in die Zukunft?
Wie starten Sie erfolgreich durch?
LERNEN SIE IN DIESEM KURS WARUM NACHHALTIGKEIT EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFTSMODELL IM TOURISMUS UND DEN NEUSTART NACH DER KRISE IST.
Kontakt: a.koch@bluecontec.com
www.bluecontec.com/kurse

Tourismus-Netzwerk Zukunft
Gemeinsam nach vorne schauen und die Zukunft des Tourismus gestalten!
Was ist das Netzwerk?
Was kann teilnehmendes?
Kontakt: a.koch@bluecontec.com
www.bluecontec.com/kurse

KURSHALTE
1 10 globale Trends und deren Bedeutung für den Tourismus
2 Energieeffizienz-Test - Tipps zum Energiekosten sparen
3 Mitarbeitermotivation mit Nachhaltigkeit steigern
4 Lieferanten als Ressource nutzen und aktiv einbinden
5 Nachhaltigkeit als erfolgreiche Kommunikationsstrategie
Kurs-Infos:
<https://www.bluecontec.com/kurse/>

Warum Nachhaltigkeit kein Konzept, sondern ein Geschäftsmodell ist
- Impulse und Beispiele -

Zukünftige Generation
Globale, EU & D Agenda
Gesellschaftliche Bewegungen

Trends:

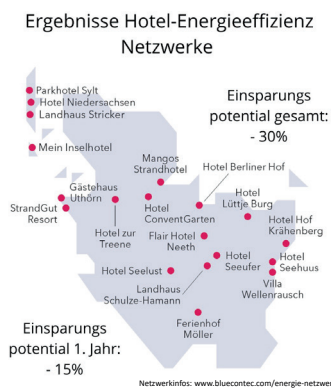
- Globale Agenda mit Klimaschutz, den Nachhaltigkeitszielen, dem European Green Deal, dem Klimaschutzgesetz > es gibt eine politische Agenda, die das Thema Nachhaltigkeit unterstützt, fordert und gestaltet
- Generation „Z“, die 1/3 der Weltbevölkerung repräsentiert und Erwartungen haben, authentische Erlebnisse haben
- Gesellschaftliche Bewegungen, die das Thema Nachhaltigkeit stärken und nach vorne bringen, bspw. ersichtlich an dem Erstarren der Grünen

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH



- Energieeffizienznetzwerke: 80% Förderung für jedes Hotel, das dort mitmacht
- Hotels werden zusammengebracht und individuell von Fachleuten beraten, geschaut was optimiert werden kann



- Die durchschnittliche Ersparnis lag bei 30% der Energiekosten, ohne dass die Qualität am Gast minimiert wird, 15% Ersparnis im ersten Jahr, 5% davon ohne Investitionskosten
- Zukünftige Hotels können autark sein, Gäste können das erleben



Bsp. Kreta: Mitarbeiter und Produzenten wurden persönlich vernetzt, eine Verbindung von Landwirtschaft und Tourismus wurde hergestellt (Wein/Olivenöl)

Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH



Mit Wein können authentische Erlebnisse gestaltet werden.



Beispiele für Produkte aus der Region: z.B. Schwarzwald. Entsprechend gekennzeichnet tragen sie zu authentischen Erlebnissen bei und stärken die lokale Produktion.



- Z.B. Zimmer aus nachwachsenden Materialien: kostenfreies Marketingeffekt (redaktionelle Artikel), Videoproduktionen etc.

5 Gründe warum Nachhaltigkeit ein Geschäftsmodell ist



Die Krise als Chance, den Tourismus neu zu denken – Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Referent: **Andreas Koch**, Geschäftsführer blueContec GmbH

Nachfragen:

Welche Fördermöglichkeiten gibt es zum Thema Energieberatung?

- „Energieberatung Mittelstand“: Für alle Betriebe bis 250 Mitarbeiter und unter 50 Mio. Umsatz ist die klassische Energieberatung bis zu 80% förderfähig
- Förderung der Umsetzung ist landesabhängig > z.B. Küchen in Niedersachsen
- Über das Thema Energie kann man gut ins Gesamthema Nachhaltigkeit einsteigen

Aus dem Chat zum Vortrag von Andreas Koch:

- Man sollte die Vorurteile, die viele von „Ökos“ oder „Hippies“ haben endlich fallen lassen - deren langjähriges Knowhow, offene Einstellung & Erfindertum ist essentiell für viele Branchen, auch den Tourismus. Das Silo-Denken muss aufhören. Wir können alle voneinander lernen.
- Thema Energieberatung - aus welchen Töpfen wird das gefördert?
 - z.B. von der BAFA
- Apropos Netzwerke. es gibt auch die Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele
- Manchmal ist Energieeffizienz auch das Gegenteil von Nachhaltigkeit, z.B. wenn man die falschen Dämmstoffe wählt. Die Energiefrage ist eher, welche Energie genutzt wird, welche Materialien verbaut werden und wie gebaut wird.
 - Schädliche Dämmstoffe, wie z.B. Glaswolle dürfen von Energieberatern nicht mehr empfohlen werden. Zum Einsatz kommen z.B. Holzwolle oder Lehmschüttung.
- Es wurden die SDGs angesprochen. Welche Verantwortung haben die Destinationen für deren Umsetzung? Ist es noch zeitgemäß, wenn große Infrastrukturvorhaben, wie Seebrücken (z.B. Timmendorfer Strand, Scharbeutz, ...) Haffkrug, mit Tropenholzbelägen umgesetzt werden?
- Das Thema „Mehrweg statt Einweg“ ist bei uns ein gutes Beispiel dafür, wie wichtig eine (branchen)übergreifende Vernetzung wäre (Stichwort „Silo“). Zwei wichtige Gastronomen vor Ort haben in Mehrwegbecher investiert - was eigentlich super ist - und nun kein Interesse mehr daran, ein allgemeines Mehrwegsystem über mehrere Anbieter oder gar über die Kommune hinaus mitzutragen.
- Andreas Koch, blueContec GmbH: Wer sich als Region für das Thema Energieeffizienz-Netzwerke für Hotels interessiert, findet hier Details und kann mich gerne kontaktieren:
<https://www.bluecontec.com/energie-netzwerke/>
 - Die zweite Runde des digitalen Kurs „Nachhaltigkeit als Geschäftsmodell“ für Hotels und Destinationen startet im Juni... weitere Infos gibt es hier: <https://www.bluecontec.com/kurse/>