



Beitrag im EnergieRadar 07/25:

Die Zukunft der Hotellerie ist eine nachhaltige

Das Energieinstitut der Wirtschaft lud zu einem Gespräch der Reihe **EIW Energy Talk** ein, und es wurde ein anregender Austausch ausgewiesener Fachleute zum Status Quo und zu den Herausforderungen und Perspektiven eines nachhaltigen Tourismus in Österreich:

Nicole Hartl von der Österreichischen Energieagentur (AEA), ist zuständig für Gebäude und für Tourismus in der österreichumspannenden, speziell auch lokal in den Ländern wirksamen Initiative *klimaaktiv*

Regina Preslmair vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klima- und Umweltschutz, Regionen und Wasserwirtschaft (BMLUK), setzt sich für die Qualität und die Verbreitung des Österreichischen Umweltzeichens ein.

Ewald Sarugg (IMPACTING.WORK) hat langjährige Erfahrung als Unternehmensberater in den Bereichen Energie, Umwelt, Förderungen sowie Verhandlungsmanagement.

Johannes Scheiblauber, in der Österreichischen Hotelvereinigung Landesvorsitzender für Niederösterreich, betreibt im Mostviertel zwei Vorzeigebetriebe für nachhaltigen Tourismus – das *Relax Resort Kothmühle* und das *Schloss an der Eisenstraße*.

Moderator **Mario Jandrokovic** (EIW) hat eingangs auch das EU-Projekt [EnergyEfficiency4HORECA](#) vorgestellt, dessen Ziel es ist, Energieeffizienzmaßnahmen in KMU der gesamten HORECA-Wertschöpfungskette (Hotels, Restaurants, Catering) zu steigern. Im Rahmen dieses Projektes sollte der EIW Energy Talk Gründe für die erfolgreiche Performance von Österreichs Tourismusbetrieben in Fragen der Energieeffizienz und Nachhaltigkeit beleuchten. Global betrachtet hat der Tourismussektor einen Anteil von 8 Prozent am weltweiten Energieverbrauch – soweit zur Sinnhaftigkeit, mit einem länderübergreifenden Projekt in dieser Branche den Hebel für Energieeinsparungen anzusetzen. Neben Österreich (vertreten durch das EIW) sind an EnergyEfficiency4HORECA auch Partner aus Belgien, Deutschland, Frankreich, Lettland und Spanien beteiligt.



Nachhaltigkeit als Stärke der heimischen Hotellerie: Ein Round Table mit folgenden Teilnehmenden (von links):

Birgit Krista (EIW), Regina Preslmair (BMLUK), Ewald Sarugg (Auditor), Mario Jandrokovic (EIW), Nicole Hartl (AEA / klimaaktiv), Johannes Scheiblauber (Hotelier / ÖHV)

Bild: Oliver Dworak (EIW)

Ein objektiv nachweisbarer Indikator, wie Österreichs Tourismus auch Nachhaltigkeit als Qualitätsmerkmal in den internationalen Wettbewerb einbringt, ist das Österreichische Umweltzeichen. 2026 verfügen 1046 Betriebe im Tourismus-, Gastronomie- und Kulturbereich über dieses 1996 eingeführte Nachhaltigkeitszertifikat; speziell in den letzten Jahren ist deren Zahl deutlich gestiegen. Seit 2023 wird das Umweltzeichen nicht nur für Einzelbetriebe und Unternehmen der Reise- und Veranstaltungsbranche, sondern auch für Tourismus-Destinationen vergeben.

Regina Preslmair verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass das BMLUK mit dem Umweltzeichen einen Hebel habe, direkt in den Bundesländern aktiv zu sein. Somit können Umweltstrategien wirksamer in der Region umgesetzt werden.

Ewald Sarugg fragt nach, ob durch diesen Erfolg des Umweltzeichens das Nachhaltigkeitsdenken im Tourismus einigermaßen ein Selbstläufer geworden sei. **Regina Preslmair** bejaht und ergänzt: Nachdem Nachhaltigkeit in der öffentlichen Wahrnehmung angekommen sei, würden Unternehmen auch bewusster darauf achten, die eigenen Anstrengungen korrekt auszuweisen, um sich nicht dem Vorwurf von Greenwashing auszusetzen.

Veränderung braucht Engagement

Zur Frage über seine langjährige Erfahrungen mit betrieblicher Nachhaltigkeit zählt **Johannes Scheiblauber** eine Reihe von umgesetzten Maßnahmen auf – von der Beleuchtung über drehzahl-gesteuerte Pumpen, die Umstellung der Wärmeversorgung auf Hackschnitzel, Photovoltaik oder Umweltzertifizierungen; ein nächster Schritt sei die Installation einer Luftwärmepumpe.

Da das meiste CO₂ im Tourismus bei der Anreise der Gäste entstehe, begrüßt Scheiblauber Initiativen wie etwa das Klimaticket. Für die „letzte Meile“ biete er ein Shuttle-Service für Gäste an, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Hier stehe ein Elektrobuss zur Verfügung.

Veränderung sei nicht einfach zu erreichen, da müsse man als Unternehmer selbst dahinterstehen. Das ambitionierte Ziel, das kulinarische Angebot in seinen Häusern gänzlich auf Bio-Produkte umzustellen, konnte zu über 90 Prozent erfüllt werden. Für einzelne kleinere Produzenten aus der Region sei der Aufwand einer Bio-Zertifizierung zu hoch, und die Gäste fordern beispielsweise einzelne Getränke, die schlichtweg nicht als Bio-Produkte verfügbar seien. Auch das Angebot an fleischlosen Speisen sei erweitert und attraktiv gestaltet worden, damit sich mehr Gäste dafür entscheiden. Die Kosteneffizienz bleibt ein wichtiger Faktor, um solche Maßnahmen auch dauerhaft zu implementieren. Die Kunden akzeptieren nur in sehr begrenztem Umfang höhere Kosten. Seit dem Ukraine-Krieg sei allerdings (*unter anderem wegen der Verteuerung von Kunstdünger, Anm.*) der Preis bei konventionellen Lebensmitteln höher gestiegen als bei Bio-Produkten – der Aufpreis auf Bio ist somit kleiner geworden. Das Angebot für Green Meetings werde in seinen Häusern als Standard angeboten, das Echo darauf bei den Kunden sei jedoch mager. **Regina Preslmair** bestätigt ein noch eindeutig ausbaufähiges Bewusstsein für Green Meetings und deren Chancen bei der Unternehmenskommunikation – dies zeige sich unter anderem bei Buffets von Veranstaltungen, die eigentlich im Zeichen der Nachhaltigkeit stünden.

Auf die Frage, ob die Überzeugungsarbeit, damit Betriebe in Nachhaltigkeit investieren, einfacher geworden sei, antwortet **Nicole Hartl**, dass der Kostendruck spürbar die Nachfrage nach Effizienzmaßnahmen erhöht habe. Allerdings haben letztlich relativ kurzlebige Krisen in der Vergangenheit zu einer abwartenden Haltung der Unternehmen geführt. Ein Fokus von *klimaaktiv* sei es, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in kleinen und mittleren Unternehmen zu qualifizieren – Stichwort: Selbstwirksamkeit. Das Niveau der Nachhaltigkeitsdebatte sei allgemein höher geworden, und klassische Basis-Maßnahmen wie der Umstieg auf LED oder Wasserspar-Equipment sind in so hohem Maße umgesetzt, dass sie heutzutage nicht mehr so stark beworben werden müssten – eine immer kleinere Zahl an Betrieben bräuchte bei diesen Basis-Themen noch Anregungen.

Vorbildwirkung funktioniert: Good Practice und Benchmarks

Wichtig, um die Betriebe sozusagen auf Augenhöhe zu erreichen, seien Good Practice-Beispiele und vor allem Kooperationen in der Region. Auf die Frage, ob Nachhaltigkeit entscheidend sei als eine Marke im internationalen Wettbewerb, meint **Nicole Hartl**, dass sich die Gäste zunächst für eine Destination entscheiden, dann erst für ein Hotel. Sie ist sich jedoch mit **Regina Preslmair** und **Ewald Sarugg** einig, dass Österreich diesbezüglich anderen Destinationen eindeutig voraus sei. **Johannes Scheiblauer** findet, dass in puncto Reisedestination noch zu wenig auf die Auswirkungen des Klimawandels eingegangen werde. Wassermangel werde ein zunehmend gravierendes Thema – selbst in vermeintlich wasserreichen Ländern wie Österreich. Und Österreich sei von der Erderwärmung überdurchschnittlich stark betroffen, auch im Vergleich zum Rest Europas.

Ein Ausgangspunkt des Energy Talk war, dass die Hotellerie ein Segment ist, in dem Nachhaltigkeit auch stark als Qualitätsmerkmal kommuniziert werde. Daher die Frage an **Ewald Sarugg**, ob gemäß seiner Erfahrung als Auditor das Bewusstsein für Energieeffizienz in Hotelbetrieben stärker ausgeprägt sei als in anderen Branchen. – Seinen Erkenntnissen nach sei das nicht unbedingt so. Auf jeden Fall sei Motivation jedoch entscheidend für ein erfolgreiches Auditing. Besonders bewährt hätten sich dabei die Benchmarks der Energieeffizienz-Plattform der Energieagentur (*Anm.: Die von der Energieagentur gemeinsam mit dem Energieinstitut der Wirtschaft 2012 erarbeiteten Benchmarks sind veraltet und daher nicht mehr verfügbar*). Eine Aktualisierung der Benchmarks würden alle Anwesenden begrüßen. Daten für die Tourismusbetriebe könnten in Zukunft aus dem kostenlose Tool **EKART** nutzbar gemacht werden, das vom Österreichischen Umweltzeichen unterstützt wird.



Regina Preslmair, Ewald Sarugg
Bild: Mario Jandrovic (EIW)



Nicole Hartl, Johannes Scheiblauer
Bild: Mario Jandrovic (EIW)

Energieeffizienz braucht nicht immer Investitionen

Audits zeigen, dass viele Maßnahmen auch ohne Investment möglich seien. Als Beispiel führt **Sarugg** eine Kältemaschine an, die nie korrekt eingestellt worden sei und sich daher in kurzen Intervallen ständig ein- und ausgeschaltet habe, was nicht nur den Energieverbrauch drastisch erhöhe, sondern die Lebensdauer des Geräts um 50 Prozent verringere. Auch bei Heizungen könnte oftmals viel Geld gespart werden, ohne dass Investitionen anfallen – einfach durch die korrekte Einstellung der Geräte. Ein Großteil der Kosten solcher Anlagen falle ohnehin im laufenden Betrieb ein: Die Anschaffungskosten liegen meist unter 20 Prozent der gesamten Lebenszykluskosten.

Johannes Scheiblauer wirft hier ein, dass der energieeffiziente Betrieb von Anlagen manchmal durch regulatorische Vorgaben erschwert werde. So stammen etwa die Vorschriften für den Luftwechsel von Gasträumen aus Zeiten, in denen noch das Rauchen erlaubt war, und auch in Küchen seien die vorgeschriebenen Werte zu hoch angesetzt: Die heute gängigen Induktionsherde entwickeln weitaus

weniger Wärme. **Regina Preslmair** und **Ewald Sarugg** zeigen sich interessiert, mehr über diese Regulatorien (und wer für sie zuständig ist) zu erfahren.

Und welche politischen Maßnahmen wären im Sinne der Energieeffizienz begrüßenswert? – **Nicole Hartl** sieht die Kontinuität und Planbarkeit der Förderungen als einen entscheidenden Punkt: Die relevanten Fördertöpfe seien oft nur eine sehr begrenzte Zeit gültig, und dies wirke sich ungünstig auf das Vertrauen der Betriebe aus. Die Anwesenden waren sich letztendlich einig, dass diese Stop-and-Go-Politik bei der Förderung von Erneuerbaren und von Energieeffizienzmaßnahmen die Fördernehmer unter Zugzwang setze. Für ausführende Betriebe wie zum Beispiel Installateure bedeute diese Marktverzerrung durch Förderungen, dass sie bis zu den Deadlines für die Umsetzung von Maßnahmen ein nicht bewältigbares Arbeitspensum haben, nach diesen Fristen dagegen einen Mangel an Aufträgen, der vernünftiges Wirtschaften erschwere. **Regina Preslmair** kritisiert den Glauben, dass die Umsetzung besagter Maßnahmen zwingend von Förderungen abhängen.

Einigkeit herrscht auch darüber, wie wichtig die Bewusstseinsbildung bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sei. Allgemein gilt, dass für einen effizienten Energieeinsatz auch bei bester technischer Ausstattung der menschliche Faktor entscheidend ist. **Ewald Sarugg** betont, dass der Faktor Mensch hier viel Positives bewirken, aber mit unbedachten Handlungen auch viel Schaden anrichten könne. Auf die Frage, inwiefern hier Gebäudeautomation hilfreich sei, führt Sarugg als positives Beispiel das Auhof-Center an. Die große Shopping Mall am Rande Wiens konnte durch eine KI-gestützte Gerätesteuerung den Verbrauch um 24 Prozent reduzieren. **Johannes Scheiblauer** ergänzt, dass für ihn als Verantwortlichen des Unternehmens die Hauptsorge bei der Kundennachfrage und dem operationellen Tagesgeschäft liegen – daher könnten die Geschäftsleitung ungünstige Entwicklungen beim Verbrauch meist erst reichlich spät erkennen – etwa bei einer hohen jährlichen Stromabrechnung. Eine Gebäudeautomation finde hier rasch die Fehlerquellen – und so können erhebliche Einsparungen erzielt werden. Das Thema Gebäudeautomation kommt auch noch im Zusammenhang mit der Komplexität von Energieeffizienzmaßnahmen in denkmalgeschützten Gebäuden zur Sprache.



Von links:
Regina Preslmair,
Ewald Sarugg,
Mario Jandrokovic,
Nicole Hartl,
Johannes
Scheiblauer
Bild: Oliver Dworak
(EIW)

Abschließend...

Für **Regina Preslmair** sei ein weiterer Aspekt der Digitalisierung die erhöhte Datentransparenz. Da auch sie sich valide Energiebenchmarks wünsche, sehe sie hier Potenzial etwa durch die Energieverbrauchs-Einmeldungen, die für die Anerkennung des Umweltzeichens verbindlich sind. Zur Motivation nicht nur der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern auch der Gäste, könnte im Zusammenhang mit Digitalisierung auch Gameification ein Schlüssel sein.

Ewald Sarugg sieht die höhere Datentransparenz ebenso als positives Momentum – und auch in der höheren Verbindlichkeit der Audit-Resultate für Unternehmen, nachdem die geschäftsführenden Verantwortlichen schriftlich bestätigen müssen, dass sie den Bericht, der Verbesserungsvorschläge enthält, bekommen haben.

Johannes Scheiblauber möchte seinen Gästen etwas mitgeben – ihnen durch authentisches Auftreten Lust machen, sich zu Hause ebenfalls mit Nachhaltigkeit zu befassen. Belehrungen und Apelle ans schlechte Gewissen seien kontraproduktiv für eine nachhaltige Prägung klimafreundlichen Verhaltens. Ihm sei wichtig, dass Nachhaltigkeit kein Elitenthema werde, sondern zugänglich für alle.

Aus letzterem Punkt entwächst noch eine Diskussion darüber, wie Bewusstsein für Energieeffizienz niederschwellig vermittelt werden könne – Ewald Sarugg bringt hier seine Erfahrungen bei der Arbeit mit Asylzentren zur Sprache, Regina Preslmair verweist auf Programme des Bundes wie etwa *Peregrina* (Bildung, Beratung & Therapie für Migrantinnen).

In diesem Sinne betont auch **Nicole Hartl** abschließend noch einmal, dass Kooperationen gefördert werden sollen, um noch mehr Leute zu erreichen mit dem Ziel: Erhöhung der Selbstwirksamkeit.