Nachhaltig luxuriös mit fünf Sternen

Making 5-star luxury sustainable

Was lange als unvereinbar galt, wird auch in der Haute Hotellerie zunehmend zum Erfolgsfaktor: die Verbindung von Luxus und Sustainability. Mit «D-Impact» hat sich das Dolder Grand auf den Weg in eine nachhaltigere Zukunft gemacht.

It's long been considered an impossibility, but the world's best hotels are now seeing it as the key to success: bringing together luxury and sustainability. "D-Impact" sees the Dolder Grand head towards a more sustainable future.

Nachhaltigkeit. Die Wahrscheinlichkeit, dass Sie diesem Begriff in der einen oder anderen Form während des heutigen Tages begegnet sind, ist sehr hoch. Denn «nachhaltig» ist so etwas wie das neue «cool», ein begehrtes Gütesiegel, das anscheinend unbegrenzt kombinierbar ist. Ob Papiertüte, Ereignis, Entrecôte, Ferien oder Schuhe – es gibt kaum etwas, das nicht nachhaltig produziert werden oder wirken kann. Und im Zuge globaler Bewegungen und Demonstrationen wie «Strike 4Climate», «Extinction Rebellion» und «Fridays for Future» erlebt der Begriff derzeit eine Hochkonjunktur auf bereits hohem Niveau. Ein gesellschaftlicher Megatrend ist die Nachhaltigkeit schon lange, wie Thomas Dyllick, Professor für Nachhaltigkeitsforschung an der Universität St. Gallen, in seiner Abschiedsvorlesung festhielt und mit Hilfe von Google nachwies: Während die Google-Aufrufe zum Megatrend Globalisierung national wie international eine fallende Tendenz aufwiesen, bewegten sich die Aufrufe zum Thema Nachhaltigkeit über die letzten 15 Jahre hinweg auf einer konstanten Höhe, in der Schweiz noch etwas höher als global betrachtet.

Allerdings hat diese inflationäre Nutzung des Begriffs auch dazu geführt, dass er in seiner Bedeutung vage geworden ist. Kehren wir also kurz einmal zu seiner ursprünglichen Bedeutung zurück – und damit einerseits in den Wald. Denn das Prinzip «Nachhaltigkeit» stammt aus der Forstwirtschaft und besagt, dass nicht mehr Holz gefällt werden darf, als jeweils nachwachsen kann. Und andererseits treffen wir auf Hans Carl von Carlowitz, der 1713 die Bezeichnung «Nachhaltigkeit» erstmals im Sinne eines langfristig angelegten, verantwortungsbewussten Umgangs mit einer Ressource in der deutschen Sprache verwendete. Die moderne Bedeutung des Begriffs geht auf die Weltkommission für Umwelt und

Sustainability. It's highly likely that you've come across this term in one form or another in recent times. After all, "sustainable" is the new "cool", a sought-after seal of approval that seems to be applied to everything under the sun. Paper bags, events, steaks, holidays and shoes: there's hardly anything that can't be produced in a sustainable way or have a sustainable effect. And thanks to global movements and protests such as "Strike4Climate", "Extinction Rebellion" and "Fridays for Future", this already popular term is currently experiencing a meteoric rise. Sustainability has been a social megatrend for a good while now, as Thomas Dyllick, Professor of Sustainability Research at the University of St. Gallen, explained in his farewell lecture. He used Google to help prove his point: while Google searches relating to globalisation, another megatrend, have been on the decline both within Switzerland and internationally, searches for sustainability have constantly increased over the past 15 years, with Switzerland's searches a little higher than the global rate.

However, this ever-expanding use of the term has also resulted in its meaning becoming rather vague. So, let's return briefly to its original meaning – which first means going back to the forest. Why? Because the principle of "sustainability" started off in the forestry sector, where it means not cutting down more trees than can grow back. Secondly, there's also Hans Carl von Carlowitz, who was the first to come up with the German word for "sustainability" in 1713, to refer to an approach that focused on a responsible way of using a particular resource in the long term. The modern meaning of the term goes back to the UN's World Commission on Environment and Development. In the Brundtland Report of 1987, the Commission defined sustainable development as "development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs".

«Luxushotel und Nachhaltigkeit – ein Widerspruch in sich?»

"A luxury hotel – that's sustainable. Is this a contradiction in terms?"

Entwicklung der Vereinten Nationen zurück, sie definierte 1987 im «Brundtland-Bericht» Nachhaltige Entwicklung als «Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre Bedürfnisse nicht befriedigen können».

Das scheint auch der Schweiz ein Anliegen zu sein. Sie belegt mit ihrer ökologischen Leistungsbilanz im Environmental Performance Index (EPI) den ersten Platz von 128 Staaten und zählt damit laut Schweizer Tourismusverband zu den nachhaltigsten Destinationen der Welt. Mit der Unterzeichnung einer Nachhaltigkeits-Charta haben sich die Player der hiesigen Tourismusbranche zu einem sorgsamen Umgang mit den Ressourcen verpflichtet, darunter auch der Verband «hotelleriesuisse». So bietet der von ihm mitbegründete Verein Unites Against Waste Coachings und Kurse zu Food Waste an, die rege genutzt werden. Seit 2018 stehen Menschen mit Einschränkungen auf diversen Plattformen zuverlässige Informationen zu barrierefreier Infrastruktur in der Hotellerie zur Verfügung. Ausserdem wurden im Rahmen eines Programms zur Verbesserung der Energieeffizienz 14 Gesuche für die Nachrüstung eines entsprechenden Lüftungssystems für Grossküchen genehmigt.

Innovative Gebäudetechnik

Seit Februar 2019 arbeitet das Dolder Grand mit «D-Impact» daran, Nachhaltigkeit in die Tat umzusetzen. Verantwortlich, die Thematik Nachhaltigkeit im gesamten Betrieb voranzutreiben, ist Sonja Schärer, Senior Sales Manager und nebenamtlich Nachhaltigkeitsbeauftragte der Dolder Hotel AG. Der Name des Projekts beinhalte bereits die Vision des Projekts: «Das ‹D› steht für The Dolder Grand

It would appear that this has not escaped the awareness of people in Switzerland, too. Switzerland's approach to green issues puts it top of 128 countries in the Environmental Performance Index, which, according to the Swiss Tourism Federation, makes it one of the most sustainable destinations in the world. Players in the local tourism industry, including the "hotelleriesuisse" association, have signed a sustainability charter, pledging to use resources carefully. The association they have worked together to establish, United Against Waste, organises training sessions and courses on food waste – and there's never a shortage of participants. Since 2018, people with disabilities have been able to use a range of platforms to gain reliable information on accessible infrastructure in hotels. In addition, 14 applications to retrofit ventilation systems in industrial-sized kitchens have been approved, as part of a campaign to improve energy efficiency.

Innovative building management

The Dolder Grand has been using "D-Impact" since February 2019 to turn the idea of sustainability into a reality. But who's responsible for driving forward sustainability across the business as a whole? Sonja Schärer, Senior Sales Manager, who's also the Sustainability Officer at Dolder Hotel AG. The name of the project encapsulates the project's vision: "The 'D' stands for the Dolder Grand, and "Impact" illustrates that we're hoping to have a positive effect, or impact, on our employees, society at large and the environment, as well as the world of business." The project team is made up of fourteen people of different ages, levels of seniority and backgrounds. They come from different departments and have been at the hotel for different lengths of time. They meet every six weeks. Their objective? For all 350 or so employees to become "sustainability ambassadors",

und ‹Impact› veranschaulicht, dass es um einen positiven Effekt respektive Einfluss auf unsere Mitarbeitenden und die Gesellschaft, die Umwelt und auch die Wirtschaft geht.» Vierzehn Personen umfasst das punkto Hierarchiestufe, Alter, Herkunft, Abteilung und Dauer der Betriebszugehörigkeit bunt gemischte Projektteam, das alle sechs Wochen zusammenkommt. Erklärtes Ziel: Alle rund 350 Mitarbeitenden werden zu «Nachhaltigkeits-Botschaftern», und das Dolder Grand überzeugt als nachhaltiges Luxushotel.

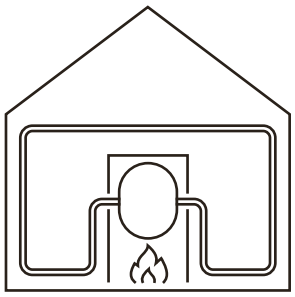
Luxushotel und Nachhaltigkeit – kommen hier nicht zwei Konzepte zusammen, die sich gegenseitig im Weg stehen, quasi ein Widerspruch in sich? Nicht so für Onno und Alexa Poortier, Gründer der NOW Transforming Hospitality GmbH und von itmustbeNOW.com. Für sie ist diese Kombination eine Notwendigkeit: «Einen Widerspruch sehen hier nur die Besitzer und Betreiber von Hotels, die nicht erkennen, dass sie mit der Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit das Ansehen ihres Hauses stärken und das Vertrauen bestehender und potenzieller Gäste gewinnen können.» Und dass Sustainability ein neues Wirtschafts- und Businessmodell ermögliche. Allerdings eines, das mehr als der gelegentlichen guten Tat im Bereich Corporate Social Responsibility bedürfe. Eines mit einem positiven «Impact» für Gesellschaft und Umwelt: «Hoteliers, die sich zur Nachhaltigkeit verpflichten, betten sie in ihre Markenwerte ein, richten ihre Business-Strategie wie auch ihr unternehmerisches Handeln ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltig aus und legen Rechenschaft darüber ab.»

Für das Dolder Grand ist der nachhaltige Umgang mit Ressourcen nicht erst seit gestern ein Thema und entsprechend auch über das Leitbild des Hauses hinaus präsent. «Das war er bereits während des Umbaus zwischen 2004 und 2008, und er begleitet uns seit der Wiedereröffnung», erinnert sich Managing Director Mark Jacob. Ein beeindruckender Nachweis hierfür befindet sich im 3. Untergeschoss des neuen Gebäudes: 2005 wurden hier 70 Sonden 150 Meter tief in die Erde getrieben, die im Sommer für Kühlung und im Winter für

and the Dolder Grand to become a sustainable luxury hotel that truly bowls people over.

A luxury hotel – that's sustainable. Aren't these two concepts incompatible with each other? Isn't this idea a bit of a contradiction in terms? Onno and Alexa Poortier, the founders of NOW Transforming Hospitality GmbH and itmustbeNOW.com, would beg to disagree. They think that bringing together these two terms is absolutely crucial. "The only people to see this as a contradiction are hotel operators and owners who don't realise that following a sustainable approach improves their businesses' reputation, thereby winning the trust of current and potential future guests." They also believe that sustainability opens the door to a new financial and business model. This model revolves around more than just the odd good deed, done for the sake of corporate social responsibility. Instead, it has a positive "impact" on society and the environment: "Hoteliers who commit to sustainability embed it in their brand values, while aligning their business strategy and actions alike with an economically sensible, environmentally friendly and socially sustainable approach. They will also be accountable for this."

For the Dolder Grand, a sustainable approach to resources isn't just a topic they've picked up overnight. In fact, it pervades the hotel's entire mission statement. "We were aware of it while we were renovating the hotel between 2004 and 2008, and it's been in our minds ever since we reopened," says Mark Jacob, the hotel's Managing Director. This becomes abundantly clear on the third basement level of the new building: it's home to 70 tubes, sunk 150 metres deep into the ground. They were installed in 2005, with the aim

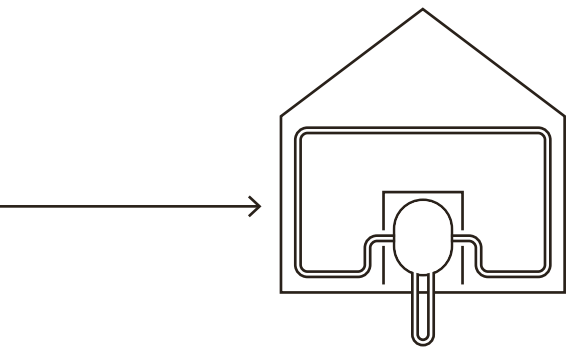


«Alle Mitarbeitenden werden zu Nachhaltigkeits-Botschaftern.»

"All our employees will become sustainability ambassadors."

Wärme sorgen. Mit dieser Erdspeichertechnik konnte das Dolder Grand seinen Energieverbrauch um die Hälfte reduzieren – bei gleichzeitiger Verdopplung der Nutzfläche von 20 auf 40 000 Quadratmeter.

Sonja Schärer und ihr Team waren nach einer ersten Bestandsaufnahme überrascht, wie viele einzelne Massnahmen in den unterschiedlichen Departments bereits angedacht oder umgesetzt waren. Beispielsweise werden benutzte Seifen an SapoCycle gespendet, eine Non-Profit-Organisation, welche die Seifen rezykliert und verteilt, um die hygienischen Bedingungen von Familien in Not zu verbessern. Vor allem aber ist im Dolder Grand bereits ein Gebäudetechnik-Konzept umgesetzt, das Energieverbrauch und CO_2-Ausstoss



of providing cooling in summer and heat in winter. This ground storage system has enabled the Dolder Grand to reduce its energy consumption by half – while simultaneously doubling its usable space from 20,000 m² to 40,000 m².

After they had completed their first survey, Sonja Schärer and her team were amazed by how many individual measures had been thought of (or actually undertaken) by the hotel's various departments. For example, used soap is sent to SapoCycle, a non-profit organisation that recycles soap and re-distributes it to help impoverished families live in more hygienic conditions. However, the flagship component is a construction concept that has already led to a huge reduction in energy use and CO_2 emissions alike at the Dolder Grand: all the hotel's systems for sanitation, ventilation, heating, electricity and air conditioning are brought together in a building management system that manages and regulates energy use as required. Installing a new, efficient heat pump and switching light fittings to LED technology have both reduced consumption levels, as has the ongoing optimisation of the interplay between all energy-related systems. In addition, an overarching management system measures where energy is being used and how. This enables the hotel to pin-point systems that "guzzle" energy, and then reduce energy consumption and CO_2 emissions

massiv verringert hat: Alle Sanitär-, Lüftungs-, Heizungs-, Elektro- und Kälteanlagen sind in einem Gebäudeleitsystem vernetzt, das den Energieverbrauch bedarfsgerecht steuert und reguliert. Der Einbau einer neuen effizienten Wärmepumpe und die Umstellung der Beleuchtung auf LED-Technologie haben den Verbrauch ebenso weiter gesenkt wie die stetige Optimierung des Zusammenspiels aller energierelevanten Anlagen. Ausserdem misst ein übergeordnetes Managementsystem, wo wie viel Energie verbraucht wird. So ist es möglich, die «Energiefresser» zu orten und mit entsprechenden Massnahmen den Energieverbrauch und CO_2-Ausstoss noch weiter zu reduzieren – bei gleichbleibendem Komfort für den Gast.

«Es gab also bereits einige grössere und kleinere Massnahmen und Überlegungen für weitere Schritte, doch die sind nie systematisch erfasst worden und deshalb noch nicht einmal intern vollständig bekannt. Aus diesem Grund bestand die erste Phase unseres Projekts erst einmal darin, dass wir eine vertiefte Standortanalyse erstellen, die bestehenden Massnahmen erfassen und, in einem weiteren Schritt, unter Berücksichtigung der drei Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales ergänzen.»

Weniger Food Waste, weniger Abfall

Aktuell gilt das Hauptaugenmerk zwei Themen: Einer Reduktion der Abfallmenge mit weitestgehendem Ersatz von Plastik sowie Massnahmen gegen «food waste», also der Verschwendung von Nahrungsmitteln. In einem Betrieb der Grössenordnung des Dolder Grand zwei lohnende Bereiche. Dazu ein Beispiel zum Thema Waste Management und Plastik. Bis anhin stellte das Dolder Grand seinen Mitarbeitenden Mineralwasser in 1,5-Liter-PET-Flaschen zur Verfügung. Im

even further by taking the appropriate steps – without affecting guests' comfort.

"Some steps had been taken, both major and minor, and people had thought about what to do next. However, these efforts had never been systematically recorded, which meant that, internally, we were never fully aware of them. That's why the first phase of our project involved undertaking a thorough analysis of the property itself, noting down the steps that are currently performed, and then adding more steps, taking into account the three aspects of economic, environmental and social impact."

Less food waste, less rubbish

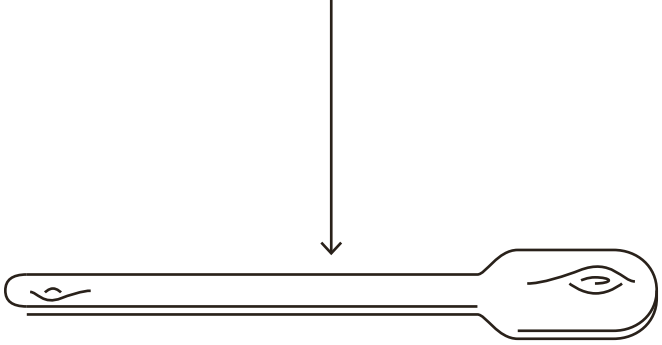
At present, they are focusing on two topics. The first is reducing waste, by replacing plastic as far as possible, and the second is combating food waste. Given the scale of the Dolder Grand, working on these two areas could really pay off. The issue of waste management and plastic is illustrated by the fact that, previously, the Dolder Grand provided its employees with 1.5-litre bottles of mineral water, made from PET plastic. In 2018, this amounted to 48,768 bottles. If you lined them up, they would have stretched for 16 kilometres, or the length of the Gotthard Tunnel. But from January 2019 onwards, every employee has had their own reusable bottle that can be refilled at a water dispenser in the staff cafeteria. In addition, paper coffee cups will soon give way to porcelain mugs. In the bar, plastic straws will be replaced by more environmentally friendly alternatives in future, while in the canteen, wooden stirrers have replaced plastic spoons. The hotel is even collaborating with its suppliers to reduce the amount of plastic used as a packaging material. When it comes to the products used in the Saltz restaurant and The Restaurant, a "regional and seasonal first" approach is taken and food waste is kept to a minimum wherever possible, depending on the dish. According to Sonja

FLAGSHIP STORE - BÄRENGASSE 10 - ZÜRICH
HIERONYMUS-CP.COM

SCULPTURE PEN | GOLD

HIERONYMUS

CORRESPONDANCE PRIVÉE



Jahr 2018 waren das 48768 Flaschen, die aneinander gereiht 16 Kilometer, also die Länge des Gotthard-Tunnels, ergeben würden. Seit Januar 2019 hat jede Mitarbeiterin, jeder Mitarbeiter eine persönliche, wiederverwendbare Trinkflasche, die an einem Wasserspender im Mitarbeiterrestaurant aufgefüllt werden kann. Ausserdem werden voraussichtlich bald die Kaffeebecher aus Pappe ausgedient haben, an ihre Stelle treten Becher aus Porzellan. In der Bar werden Plastiktrinkhalme in Zukunft durch umweltverträglichere Alternativen ersetzt, in der Kantine haben Rührstäbchen aus Holz die Plastiklöffel abgelöst, und mit den Lieferanten bemüht man sich gemeinsam um eine Reduktion von Plastik als Verpackungsmaterial. Hinsichtlich der in den Restaurants Saltz und The Restaurant verarbeiteten Produkte gilt je nach Gericht und wo immer machbar «regional und saisonal first» und so wenig Food Waste wie möglich. Ein gutes Beispiel dafür sei, so Sonja Schärer, eine Nose-to-tail-Aktion des Restaurants Saltz, bei der das Team des Chefs à la carte ein von einem Hof mit tiergerechter Haltung und eigener Metzgerei stammendes Rind komplett verarbeitet habe. Um den eigenen Umgang mit Nahrungsmitteln bewusst und damit auch das Thema der Verschwendung greifbar zu machen, wurde das darauf spezialisierte Zürcher Start-up-Unternehmen Kitro eingeladen, in der Mitarbeiterkantine konkrete Daten zu erheben: «Dazu wurde eine auf einer Waage installierte Bio-Tonne mit einer Kamera ausgestattet, und alle Mitarbeitenden wurden gebeten, die Reste ihrer Mahlzeit in der Tonne zu

Schärer, a good example of this is the nose-to-tail special offered by Saltz restaurant. This sees the team of chefs create à la carte dishes from every part of a cow that was raised on a humane farm and slaughtered by their own butcher. To make people aware of their own food usage and help them grasp the issue of waste, the Zurich-based start-up Kitro, which specialises in this field, was invited to collect real data from the staff canteen: "We set up some weighing scales with a food waste bin on top, fitted a camera to it, and asked all our employees to put their leftovers in the bin," the Sustainability Officer explains. "If the food waste amounted to more than 30 grams, this triggered the camera, which took a photo of the waste in the bin. Analysing this test phase shows that there is a lot of room for improvement in this regard." The same goes for guests – without having a negative impact on their enjoyment. "At our much-loved Sunday brunch, most of our dishes are served in individual portions. That means that we can plan the brunch better, and also put more food out as required. Our guests tend to like that, too!"

In practice, a responsible, sustainable approach to food in restaurants and hotels means not buying more food than can actually be used. This is because the law sets limits on how foodstuffs can be reused. Since 2011, it has been forbidden to feed livestock with kitchen waste and food waste. Similarly, the law states that everything put out on a buffet and not eaten must be disposed of, without exception, even if the dish has not even been touched. Incidentally, the same also goes for opened bottles of shampoo, shower gel or liquid soap from bathrooms. As a result, dealing with unnecessary waste doesn't just contribute to

Sustainability — New business model

«Sustainability ist in der Haute Hotellerie ein Erfolgsfaktor.»

"The world's best hotels now see sustainability as the key to success."

entsorgen», erklärt die Nachhaltigkeitsbeauftragte das Prinzip. «Brachte der Essensabfall mehr als 30 Gramm auf die Waage, wurde die Kamera ausgelöst und der Abfall im Bild festgehalten. Die Auswertung dieser Testphase zeigte, dass es hier ein grosses Optimierungspotenzial gibt.» Das gilt auch für den Gästebereich, und zwar ganz ohne Beeinträchtigung des Genusserlebens: «Bei unserem beliebten Sunday Brunch bieten wir einen grossen Teil der Speisen als Einzelportionen an. So lässt sich der Brunch besser planen und das Buffet bedarfsgerecht ergänzen, was auch bei unseren Gästen in der Regel sehr gut ankommt.»

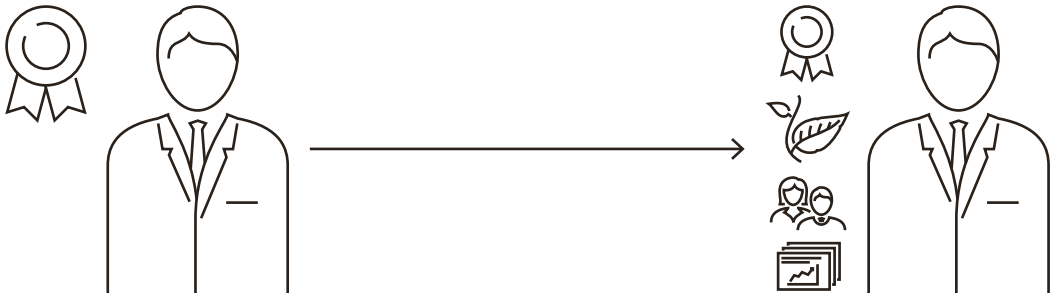
Tatsächlich bedeutet ein verantwortungsvoller, nachhaltiger Umgang mit den Nahrungsressourcen in Gastronomie und Hotellerie, dass möglichst nicht mehr Lebensmittel eingekauft als effektiv gebraucht werden. Denn der Weiterverwendung von Lebensmitteln sind gesetzlich Grenzen gesetzt. So ist seit 2011 das Verfüttern von Küchen- und Speiseabfällen an Nutztiere verboten. Das Gesetz schreibt entsprechend vor, dass alles, was auf einem Buffet präsentiert und nicht konsumiert wird, ausnahmslos entsorgt werden muss, auch wenn die Speise unberührt ist. Dasselbe gilt im Übrigen auch für geöffnete Shampoo-, Duschgel- oder Flüssigseifenflaschen aus den Badezimmern. Unnötig Abfall in Kauf zu nehmen, ist von daher nicht nur im Sinne eines verantwortungsvollen Umgangs mit den Ressourcen fragwürdig, sondern auch ein Kostenfaktor. Denn die Entsorgungskosten belaufen sich im Hotelbetrieb der Grössenordnung eines Grandhotels schnell einmal auf mehrere hunderttausend Franken pro Jahr.

Kosten sparen, effizienter wirtschaften, Ressourcen schonen, nachhaltige Alternativen

ensuring that resources are used in a responsible way. It can also have an impact on the bottom line: when running a hotel the size of the Dolder Grand, waste disposal costs can quickly run to several hundred thousand Swiss francs a year.

Saving money, being more efficient, using fewer resources, and developing sustainable alternatives is all well and good. But what about the third dimension of sustainability: the social side of things. What are the objectives in this domain, and how important is it within the "D-Impact" project? Very, Mark Jacob thinks: "On the one hand, we want to ensure that all our employees turn the project's abstract objective of sustainability into a life choice, thereby anchoring the concept of corporate social responsibility within our very culture. On the other, our employees' skills, dedication and commitment are the resources that generate our success. This is why we encourage talent, invest in training and development, and aim to improve their work/life balance, as well as their health at work – including by offering a comprehensive range of sports, free of charge." Like Mark Jacob, Sonja Schärer is convinced that a project of this scale, with such far-reaching consequences, can only be successful if the entire team, not just management, gives it their backing. She wants them to bring their ideas to the table and play an active role in making it reality, and, as she says, "I'm truly delighted that it's been received so positively to date."

She also believes that guests will react in the same way. After all, the "Dolder Grand experience is even more enjoyable when you know that it's based on sustainability." For Alexa Poortier, there is no doubt that sustainability has already led to success at the world's best hotels: "According to a survey on Booking.com, the number of travellers who see sustainability as an important



entwickeln – und die dritte, die soziale Dimension der Nachhaltigkeit, was sind hier die Ziele, welche Bedeutung hat sie innerhalb des D-Impact-Projekts? Für Mark Jacob eine wesentliche: «Einerseits wollen wir dafür sorgen, dass für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem abstrakten Projektziel Nachhaltigkeit eine Lebenseinstellung wird, und damit die Corporate Social Responsibility in unserer Kultur verankern. Andererseits sind die Fähigkeiten, die Leistungsbereitschaft und das Engagement unserer Mitarbeitenden die Ressource unseres Erfolgs. Deshalb fördern wir Talente, investieren in Aus- und Weiterbildung, stärken die Work-Life-Balance sowie – unter anderem mit einem umfangreichen, kostenlosen Sportangebot – die Gesundheit am Arbeitsplatz.» Ebenso wie Mark Jacob ist Sonja Schärer überzeugt, dass ein Projekt dieser Grössenordnung und weitreichender Konsequenz nur erfolgreich sein kann, wenn mit dem Management das ganze Team dahintersteht, Ideen einbringen und aktiv mitarbeiten kann, «und es freut mich wirklich sehr, dass die Resonanz bisher so positiv ist».

Das wird sie auch seitens der Gäste sein, ist Sonja Schärer überzeugt, denn das «Dolder-Grand-Erlebnis lässt sich mit dem Wissen, dass es auf Nachhaltigkeit basiert, noch mehr geniessen». Für Alexa Poortier besteht kein Zweifel, dass Sustainability in der Haut Hotellerie bereits jetzt sogar ein Erfolgsfaktor ist: «Laut einer Umfrage auf Booking.com ist die Zahl der Reisenden, die auf Nachhaltigkeit

issue has increased from 34% to 87% between 2016 and 2018. One third believe that there is a lack of credible provision in this regard. However, above all, sustainability is redefining luxury. The luxury experience of the future will win guests over with unique products and services that are created with a responsible, respectful and transparent approach to the environment, employees and society."

It's now time for the "D-Impact" project to focus on its next objectives. They include telling everyone working at the Dolder Grand about all the current and planned measures, with the aim of getting employees on board and raising awareness of sustainability. There are also plans to have a Sustainability Guide drawn up by 2020, setting out the long-term strategy, according to Sonja Schärer: "We want to use this guide to review new projects and ideas. It'll also serve as the basis for a Sustainability Report that will be published at regular intervals. After all, this project isn't the end of the road for our aspiration of being considered a sustainable luxury hotel." ——

Balance

«Es freut mich wirklich sehr, dass die Resonanz so positiv ist.»

"I'm truly delighted that it's been received so positively."

Sonja Schärer

Senior Sales Manager und Projektleiterin «D-Impact»

Senior Sales Manager and leader of the "D-Impact" project

Erfahrung in verschiedenen operativen und administrativen Bereichen der internationalen Hotellerie und Gastronomie brachte die heute 30-jährige Absolventin der Ecole hôtelière de Lausanne mit, als sie 2014 zum Dolder Grand kam. Seit 2017 ist sie im Sales Team für den lokalen und europäischen Markt zuständig. Und seit Ende 2018 ausserdem für das Nachhaltigkeitsprojekt des Dolder Grand, dessen Leitung sie nicht zuletzt in der Überzeugung übernommen hat, dass in Sachen Sustainability gerade in der Luxushotellerie sehr viel möglich ist.

The 30-year-old graduate of the Ecole hôtelière de Lausanne brought experience in the administration and operation of hotels and restaurants around the globe when she joined the Dolder Grand in 2014. She has worked in the sales team for local and European markets since 2017, and has also held responsibility for the Dolder Grand's sustainability project since late 2018. What encouraged her to take up leadership of this project? Her belief that there is plenty of potential for sustainability in the luxury hotel sector.

Wert legen zwischen 2016 und 2018 von 34% auf 87% gestiegen, ein Drittel vermisste entsprechende, ernstzunehmende Angebote. Vor allem aber definiert Sustainability Luxus neu. Das Luxuserlebnis der Zukunft begeistert den Gast durch einzigartige Angebote, die durch einen verantwortungsbewussten, respektvollen und nachvollziehbaren Umgang mit der Umwelt, den Mitarbeitenden und der Gesellschaft entstehen.»

Das D-Impact-Projekt steuert inzwischen seine nächsten Ziele an. Dazu zählt die interne Information über alle bestehenden und geplanten Massnahmen, um die Mitarbeitenden an Bord zu holen und ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen. Und bis 2020 soll ein Sustainability Guide erarbeitet werden, der, so Sonja Schärer, die langfristige Strategie festhält: «Anhand dieses Guides werden neue Projekte und Ideen geprüft werden, und er ist die Grundlage eines Sustainability Reports, den wir in regelmässigen Abständen veröffentlichen werden. Denn mit unserem Projekt werden unsere Bestrebungen, als nachhaltiges Luxushotel zu überzeugen, nicht beendet sein.» —