

SUSTAINNOVATOR

FACHTAGUNG BARRIEREFREIHEIT & NACHHALTIGKEIT
11. Juni - Deutsches Hygiene-Museum - Dresden



© TMGS / Wolfgang Schmidt

Die Wall of Change

Mit der Wall of Change die eigenen Nachhaltigkeitsmaßnahmen spielerisch und transparent sichtbar machen

Das Hotel Luise

Wir sind herzlich und familiär. Wir sind ein bisschen anders – ein Stadthotel, das sich für mehr Nachhaltigkeit engagiert.

Die Welt retten in vier Schritten

Kleine Dinge können eine große Auswirkung haben. Doch ein paar Dinge sollte man dabei beachten.

SUSTAINNOVATOR

Eine Person, Organisation oder ein Unternehmen, das innovative Ansätze entwickelt und umsetzt, um nachhaltige Lösungen zu fördern. Sustainnovators kombinieren Nachhaltigkeit (Sustainability) mit Innovation, um ökologische, soziale und wirtschaftliche Herausforderungen durch kreative, zukunftsorientierte Ideen zu bewältigen. Dabei zielen sie darauf ab, sowohl Umweltressourcen zu schonen als auch positive Veränderungen in Gesellschaft und Wirtschaft zu erzielen.

A person, organization, or company that develops and implements innovative approaches to promote sustainable solutions. Sustainnovators combine sustainability with innovation to address environmental, social, and economic challenges through creative, forward-thinking ideas. Their goal is to conserve natural resources while driving positive change in society and the economy.

BEN FÖRTSCH

Gastgeber, Speaker, Berater & Fotograf

Ben Förtsch absolvierte sein Studium Betriebswirtschaft und Wirtschaftspsychologie in Nürnberg und war damals schon als Fotograf tätig. Nach Erfahrungen im Ausland und Tätigkeit unter anderem in der Consulting- und Eventbranche übernahm er mit 25 Jahren den Familienbetrieb in Erlangen.

Seither ist er als Inhaber des Hotel Luise dem Thema Nachhaltigkeit verpflichtet und bezeichnet sich selbst als “Sustainnovator”. Der Betrieb hat inzwischen 270+ SDG-Maßnahmen umgesetzt, die auf der Wall of Change zur Inspiration zu finden sind. Ben ist darüber hinaus weiterhin als Speaker, Fotograf und Dozent tätig.

© 2026 SUSTAINNOVATOR - Ben Förtsch

All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the editor, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by the copyright law. For permission requests, write to the editor, addressed “Permissions”, at the address below.

idea@sustainnovator.com

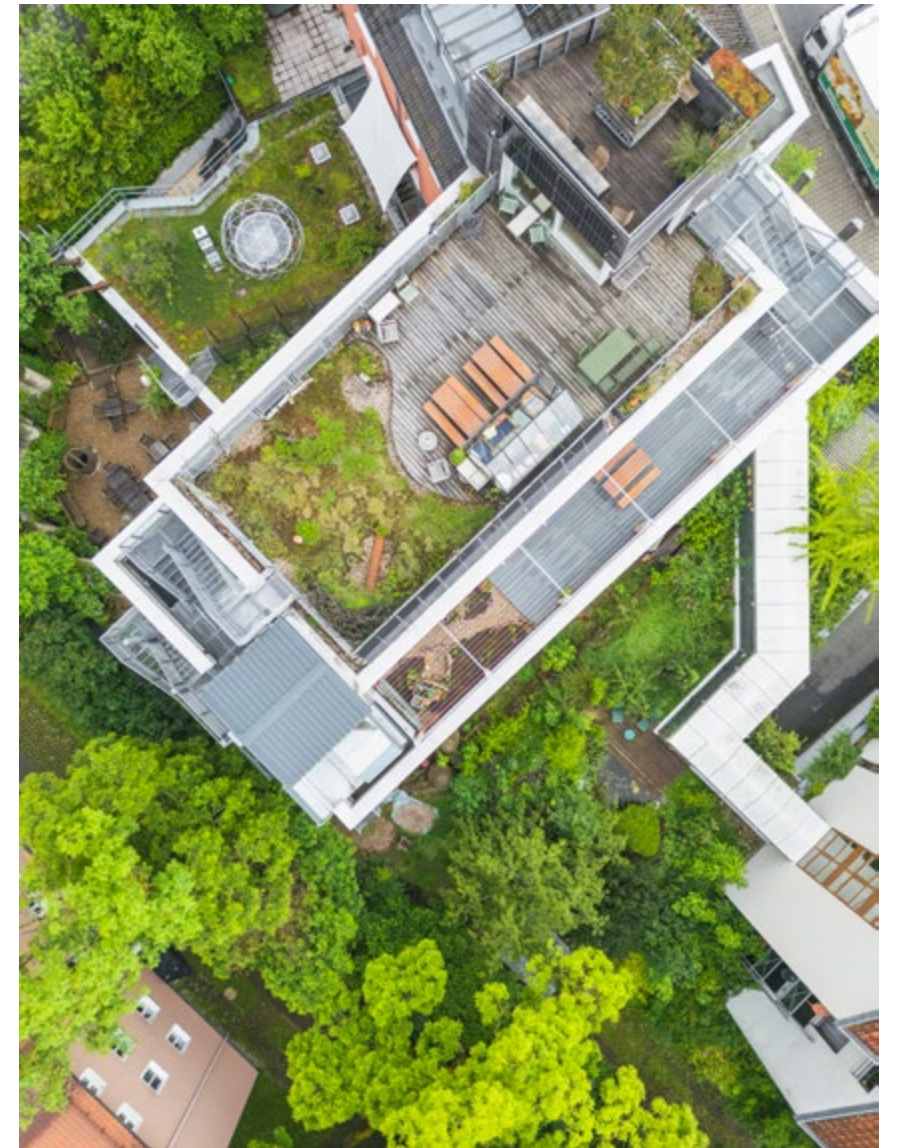
www.sustainnovator.com

The views expresses in this publication are those of the respective contributor and are not necessarily shared by the company or its staff.



Das Hotel Luise, ein Stadthotel, ein Work-in-Progress, ein Testlabor?

Seit 1956 gibt es das Hotel Luise in Erlangen. Als Familienhotel in der 3. Generation setzen wir uns schon seit Anfang der 80er Jahre für Umweltschutz und Nachhaltigkeit ein. Dabei denken wir in Kreisläufen und zählen auch die ökonomische und soziale Nachhaltigkeit zu unseren Herzenthemen. Unsere Vision für die Zukunft: das Hotel der Kreisläufe werden.



Dresden im Juni 2026:

Warum Nachhaltigkeit allein nicht überzeugt und was stattdessen wirkt

Wie aus einzelnen Maßnahmen ein erlebbares System wird

Nachhaltigkeit ist in der Hotellerie längst kein Randthema mehr. Sie findet sich in Strategiepapiere, in Zertifizierungen und in der Kommunikation vieler Betriebe. Dennoch bleibt oft eine Diskrepanz bestehen: zwischen dem, was umgesetzt wird, und dem, was Gäste tatsächlich wahrnehmen.

Die Herausforderung liegt weniger im „Was“ als im „Wie“. Maßnahmen entfalten ihre volle Wirkung bzw. Ausstrahlung häufig nicht, weil sie technisch sinnvoll sind, aber emotional unsichtbar bleiben. Genau hier entscheidet sich für den Gast, ob Nachhaltigkeit als abstraktes Konzept wahrgenommen wird – oder als konkretes, positives Erlebnis.

DIE ZUSAMMENFASSUNG



© TMGS / Wolfgang Schmidt

Vom Begriff zur Erfahrung

Ein zentrales Problem der Nachhaltigkeitskommunikation liegt im Begriff selbst. „Nachhaltigkeit“ ist zu einem Sammelbegriff geworden, der unterschiedlich interpretiert wird: CO₂-Reduktion, Müllvermeidung, Regionalität, soziale Verantwortung. Alles ist richtig – aber selten greifbar.

Für Gäste entsteht daraus kein klares Bild. Und ohne klares Bild entsteht keine emotionale Verbindung.

In der Praxis zeigt sich daher ein anderes Muster: Gäste entscheiden sich nicht bewusst für Nachhaltigkeit – sie entscheiden sich für ein Erlebnis, das stimmig wirkt. Nachhaltigkeit wird dabei zum integralen Bestandteil, nicht zum Hauptargument.

Oder anders formuliert:

Nachhaltigkeit überzeugt nicht als Botschaft, sondern als Erfahrung.

Die Rolle sichtbarer Maßnahmen

Ein nachhaltiges Konzept entfaltet seine Wirkung erst dann vollständig, wenn es sichtbar und einfach nachvollziehbar wird. Dabei geht es nicht darum, jede technische Lösung im Detail zu erklären, sondern darum, Anknüpfungspunkte zu schaffen. Das können einfache, fast beiläufige Maßnahmen sein: eine Zimmerkarte aus Holz statt Plastik, ein Mikrowald auf dem Grundstück oder ein kleines Element im Zimmer, das zur Interaktion einlädt. Solche Maßnahmen haben eine doppelte Funktion. Sie erzeugen einerseits reale Wirkung, andererseits schaffen sie Bedeutung. Sie werden zu Gesprächsanlässen, zu Erinnerungen – und damit zu Trägern der eigentlichen Botschaft. In diesem Zusammenhang hat sich ein einfaches Prinzip bewährt: Maßnahmen sind dann besonders wirksam, wenn sie sowohl einen tatsächlichen Effekt haben als auch eine hohe Ausstrahlung besitzen.

Wirkung und Wahrnehmung

Nachhaltigkeitsmaßnahmen entfalten ihren größten Hebel, wenn zwei Faktoren zusammenkommen:

*** Auswirkung: Was verändert sich tatsächlich?**

*** Ausstrahlung: Was wird davon wahrgenommen und erinnert? Erst die Kombination aus beidem schafft Relevanz für Gäste, für Mitarbeitende und für die Marke.**



© TMGS / Wolfgang Schmidt

Kleine Schritte als strategischer Ansatz

Auffällig ist, dass viele erfolgreiche Ansätze nicht auf große Einzelprojekte setzen, sondern auf eine Vielzahl kleiner Maßnahmen. Diese wirken für sich genommen oft unscheinbar, entfalten aber in ihrer Summe eine erhebliche Dynamik.

Ein Mikrowald verändert nicht die globale Klimabilanz. Ein alternatives Material im Zimmer revolutioniert nicht die Branche. Aber gemeinsam erzeugen solche Schritte ein System, das sichtbar wird und sich weiterentwickelt.

Für Betriebe hat dieser Ansatz einen entscheidenden Vorteil: Er senkt die Einstiegshürde. Veränderung wird nicht zur Frage großer Investitionen, sondern zu einer Frage kontinuierlicher Entwicklung.

Verhalten statt Kommunikation

Ein oft unterschätzter Aspekt ist die Rolle des beobachtbaren Verhaltens. Menschen orientieren sich weniger an dem, was kommuniziert wird, als an dem, was sie tatsächlich wahrnehmen.

Dieses Prinzip ist aus der Verhaltensforschung gut belegt: Sichtbare Handlungen und soziale Normen beeinflussen Entscheidungen stärker als abstrakte Informationen. Übertragen auf die Hotellerie bedeutet das: Nicht das Leitbild verändert Verhalten, sondern das, was im Alltag sichtbar wird – für Gäste ebenso wie für Mitarbeitende.

Instrumente, die Fortschritt sichtbar machen, können hier eine entscheidende Rolle spielen. Sie schaffen Transparenz, fördern Beteiligung und machen Entwicklung nachvollziehbar.



Warum Zugehörigkeit ein wirtschaftlicher Faktor ist Studien zeigen, dass ein starkes Zugehörigkeitsgefühl im Unternehmen messbare Effekte hat:

- * **bis zu 56 % höhere Leistungsfähigkeit**
- * **rund 50 % geringeres Fluktuationsrisiko**

(Quelle: BetterUp / Harvard Business Review)

Soziale Nachhaltigkeit ist damit kein „weicher Faktor“, sondern ein zentraler Bestandteil wirtschaftlicher Stabilität.

Nachhaltigkeit ohne Verzicht

Ein weiterer Erfolgsfaktor liegt in der Art und Weise, wie Nachhaltigkeit erlebt wird. Viele klassische Ansätze sind stark von Verzicht geprägt – weniger Ressourcen, weniger Komfort, weniger Konsum.

Im touristischen Kontext stößt dieser Ansatz schnell an Grenzen. Gäste suchen bewusst nach Erholung, Genuss und Erlebnis. Erfolgreiche Konzepte setzen deshalb nicht auf Einschränkung, sondern auf eine neue Qualität der Erfahrung. Nachhaltigkeit wird so gestaltet, dass sie keinen Verlust bedeutet, sondern einen Mehrwert schafft.

Das kann über Komfort, über Design oder über Interaktion geschehen – entscheidend ist, dass sich nachhaltiges Verhalten nicht wie ein Kompromiss anfühlt.

Erlebnis schlägt Erklärung

Ein besonders wirksamer Ansatz liegt darin, Nachhaltigkeit nicht zu erklären, sondern erlebbar zu machen. Interaktive Elemente, spielerische Ansätze oder bewusst inszenierte Situationen können dazu beitragen, dass Gäste sich aktiv mit dem Thema auseinandersetzen. Gamification ist hier ein Beispiel: Durch kleine spielerische Mechaniken entsteht Beteiligung, ohne dass ein moralischer Appell notwendig ist. Der Effekt ist oft stärker als klassische Anreizsysteme, weil er auf Emotion statt auf Rationalität setzt. Für Betriebe eröffnet sich dadurch eine neue Perspektive: Nachhaltigkeit wird Teil des Erlebnisses – und damit automatisch Teil der Erinnerung.

Fünf Prinzipien für wirksame Nachhaltigkeit im Betrieb

1. Mit kleinen Schritten beginnen: Veränderung entsteht durch Kontinuität, nicht durch Perfektion.
2. Wirkung und Ausstrahlung verbinden: Sichtbarkeit ist entscheidend für Akzeptanz und Verständnis.
3. Erlebnisse statt Begriffe schaffen: Menschen erinnern, was sie fühlen – nicht, was sie lesen.
4. Mitarbeitende einbeziehen: Kultur ist der stärkste Hebel für langfristige Entwicklung.
5. Offenheit fördern: Austausch und Weitergabe beschleunigen Veränderung im System.

Vom einzelnen Betrieb zur Bewegung

Mit zunehmender Reife entwickeln sich viele Maßnahmen über den eigenen Betrieb hinaus. Lieferketten verändern sich, Kooperationen entstehen, regionale Netzwerke gewinnen an Bedeutung. Damit verschiebt sich auch die Perspektive: Nachhaltigkeit wird nicht mehr als isolierte Aufgabe einzelner Unternehmen betrachtet, sondern als gemeinsamer Entwicklungsprozess innerhalb einer Destination. Gerade im Tourismus liegt hier ein erhebliches Potenzial. Einzelne Betriebe können Impulse setzen – die eigentliche Wirkung entsteht jedoch im Zusammenspiel.



© TMGS / Wolfgang Schmidt

Fazit

Nachhaltigkeit scheitert selten an fehlenden Ideen oder Technologien. Sie scheitert daran, dass sie nicht spürbar wird. Erst wenn Maßnahmen sichtbar, nachvollziehbar und erlebbar sind, entfalten sie ihre volle Wirkung. Für Gäste, für Mitarbeitende und für den Betrieb selbst. In diesem Sinne ist Nachhaltigkeit weniger ein Zielzustand als ein Prozess. Ein System aus Entscheidungen, die sich gegenseitig beeinflussen. Oder, um das Bild vom Anfang aufzugreifen: Es sind die vielen einzelnen Steine, die den Verlauf des Wassers verändern.

Und genau darin liegt die eigentliche Chance.

LUISE

Es ist Sommer. Vielleicht ein später Frühlingstag. Sie ist mit dem Rad unterwegs und kurz abgestiegen. Ihre Haare werfen anmutige Wellen, genau wie die Landschaft im Hintergrund. Sanfte Hügel. Die Giebel und Dächer eines Dorfes. Heimat-Idyll im Jahr 1931. Luise Gumbmann ist 25 Jahre jung..

Wohin Luise an diesem schönen Tag geradelt ist? Das verrät uns die Fotografie, die auf einer Seite eines alten Familien-Fotoalbums auf Betrachtung wartet, nicht. Sicher ging es irgendwann zurück nach Erlangen, wo Luise damals mit ihrem Mann und Töchterchen Marga lebte. Ein wenig Skepsis liegt in ihrem Blick, als wolle sie nicht innehalten und posieren, sondern weiterradeln. Ob es so war? Wir wissen es nicht. Und auch für Luise ist damals noch so vieles ungewiss. Innehalten, umkehren oder weiterfahren? An diesem Tag scheinen alle Wege offen. Auch mit 25 hat man gewiss noch Träume, hat Sehnsucht, schmiedet große Pläne, betet für das Glück seiner Liebsten. Die Tochter ist noch ein kleines wonniges Mädchen. Dass Marga einmal ein Hotel gründen wird, das Luises Namen trägt, ahnt Luise sicher nicht an diesem sonnigen Tag.

Verwundert haben dürfte es Luise aber letztlich nicht, dass ihre Tochter einmal diesen Weg einschlägt. Sie selbst ist ein Kind der Gastronomie. Als Luise etwa 14 Jahre alt ist, erwirbt ihr Vater Andreas Pflaum, Sohn eines Schuhmachers aus Hallstadt bei Bamberg, die Konzession für den legendären „Roten Ochsen“ in Erlangens Hauptstraße 24. Ihre Jugend verbringt Luise zwischen Schanktisch und einer Handvoll Fremdenzimmer. Andreas Pflaum zählt bald zu den schillerndsten Figuren der Hugenottenstadt. Mit dem städtischen Polizeirevier gerät er nicht nur einmal in Konflikt – mal muss er sich wegen Glücksspiels verantworten, mal lässt er einen dessen Ehefrau überdrüssig gewordenen Herren aus Forchheim im Gasthaus übernachten, ohne ihn gemäß der damaligen Vorschriften bei der Stadt anzumelden. Unterhaltsame Geschichten, die sich heute in archivierten mit unfreiwilliger Komik vollen Polizeiberichten von anno dazumal nachlesen lassen, und deren unzensurierte Version Luise vermutlich beim Abendbrot von ihrem Vater aufgetischt bekam.

Ob sie Luise interessiert haben, die Sperenzien des Vaters? Irgendwann geht es ihr wie wohl fast jeder jungen Frau. Die elterliche Gaststube wird ihr zu eng. Luise ist verliebt und geht bald ihren eigenen Weg.

Die Frau mit Bodenhaftung sucht sich kein Schlitzohr, sondern einen Träumer aus. Einen Mann mit Weitsicht. Georg Gumbmann ist tags Feinmechaniker bei Siemens, nach Feierabend tüftelt er an seinen eigenen kleinen Erfindungen.

Sie kommen viel herum in Deutschland, einmal geht es sogar an den Bodensee. Luise in Lindau. Vielleicht ist es die Hochzeitsreise, die das junge Paar bis an den Alpenrand führt. 1926 kommt Marga zur Welt. Margarethe, so heißt auch Luises Mutter. Luise und Marga – das Fotoalbum zeigt viele dieser Bilder. Glückliche Tage. Schöne Hüte. Zu dritt wird auch fleißig in Erlangens Schlossgarten posiert. Im feinen Sonntagszwirn. Oder ganz leger am Badensee. Luises Welt scheint entrückt. Luise auf Wiesen, im Wald, im Idyll. Erlangen wird derweil mit Haken-kreuzen geschmückt. Dann kommt der Krieg. Die nächsten Seiten im Album bleiben leer.

Nach 1945 baut Luises Tochter ehrgeizig an der eigenen Zukunft. Marga ist, gleich ihrer Mutter, zu einer selbstbewussten, attraktiven Frau herangewachsen. Sie ist kultiviert, kann fechten und singen, und sie behauptet sich am liebsten unter Männern. Den einen hat sie längst gefunden. Heinz Förtsch steht Luises Tochter zur Seite als sie 1956 nach einem Grundstückstausch mit Siemens ein Hotel auf die Beine stellt. Die Zeit ist günstig. Siemens expandiert und das Hotel wächst am Wirtschaftswunder. Wieder: Glückliche Tage. Luise inmitten einer illustren Festgesellschaft. Sie trägt jetzt Brille. Die anmutigen Wellen sind vielleicht ein bisschen silbern geworden. Sie lacht. Ob sie schon weiß, dass sie krank ist? 1967 stirbt Luise. Sie wird nur 61 Jahre alt. Ihr Name bleibt. Das Hotel führt heute Luises Urenkel in dritter Generation weiter.



Wall of Change



Weniger Ego - Mehr Eco

Die Wall of Change ist das Ergebnis vieler Jahre Arbeit aus Überzeugung. Wir haben unsere Ideen, Erfahrungen und Konzepte gesammelt, die wir gerne teilen. Hier ist das Ergebnis der über 270 großen und ganz kleinen Maßnahmen zur Nachhaltigkeit, die wir bereits erfolgreich umsetzen konnten.

Projekte wie unsere nachwachsenden Hotelzimmer haben uns, das Hotel Luise, zu einem Leuchtturmbetrieb für Nachhaltigkeit in der Hotellerie gemacht, doch schon seit den 1980er Jahren stehen wir für verträgliches und ganzheitlich nachhaltiges Wirtschaften. Auf unserem Weg zum Vorzeigebetrieb haben wir viele wertvolle Erfahrungen gesammelt und uns (nicht nur) in Sachen Nachhaltigkeit stetig weiterentwickelt. Wir möchten mit unserer Wall of Change daher nicht nur die öffentlichkeitswirksamen Projekte veranschaulichen, sondern vor allem auch die vielen, vielen unsichtbaren Maßnahmen sichtbar machen, die uns dorthin gebracht haben, wo wir heute stehen. Wir wollen diese für andere Betriebe und Interessierte zugänglich machen, um ihnen auf ihrem eigenen Weg in eine grünere Zukunft Umwege und Fehler zu ersparen, die wir auf unserer Reise machen mussten. Wir möchten durch die Bereitstellung unseres Wissens und unserer Erfahrungen zum Nachahmen anregen. Unser persönliches Ziel dabei ist es, das „Hotel der Kreisläufe“ zu werden und damit zu beweisen, dass es durchaus möglich ist, die drei Komponenten Mensch, Natur und (ökonomische) Ressourcen in Einklang zu bringen.

Die inzwischen über 270 Einzelmaßnahmen, die wir als Hotel Luise im Namen der Nachhaltigkeit bei uns im Betrieb umgesetzt haben, werden anhand der Wall of Change öffentlich dargestellt, evaluiert und im

besten Fall von anderen Unternehmen reproduziert. Mit unserem Projekt zielen wir auf eine breite Vernetzung mit Partner*innen und anderen Firmen ab, die durch den fachlichen Austausch und die Anhäufung von Wissen und Erfahrungen vieler Beteiligter ein Geflecht an innovativen, verträglichen Konzepten hervorbringen kann. Darüber hinaus möchten wir aber auch Einzelpersonen durch die öffentliche Darstellung dazu anregen, ihren Alltag nachhaltiger zu gestalten. Viele unserer Maßnahmen lassen sich auch ins private Umfeld übertragen.

Aber nicht nur der praktische, auch der emotionale Aspekt ist ein wichtiger Pfeiler des Konzepts, um unsere Gäst*innen am richtigen Punkt abzuholen: Der/die Gäst*in von heute – und noch viel mehr der von morgen – definiert seinen/ihren Hotelaufenthalt nicht mehr über rein materielle Werte, sondern über Emotionen und Erlebniswelten, die sich ihm/ihr entfalten.

Dass diese Erlebniswelten nicht auf Kosten anderer Menschen, der Natur oder endlicher Ressourcen entstehen dürfen, sondern diese ganz im Gegenteil miteinander in Einklang bringen müssen, ist für uns selbstverständlich. Erlebniswelten sollen das Kreislaufkonzept, welches wir als Hotel anstreben, daher greifbar machen und mit emotionalen Werten für die Gäst*innen koppeln.

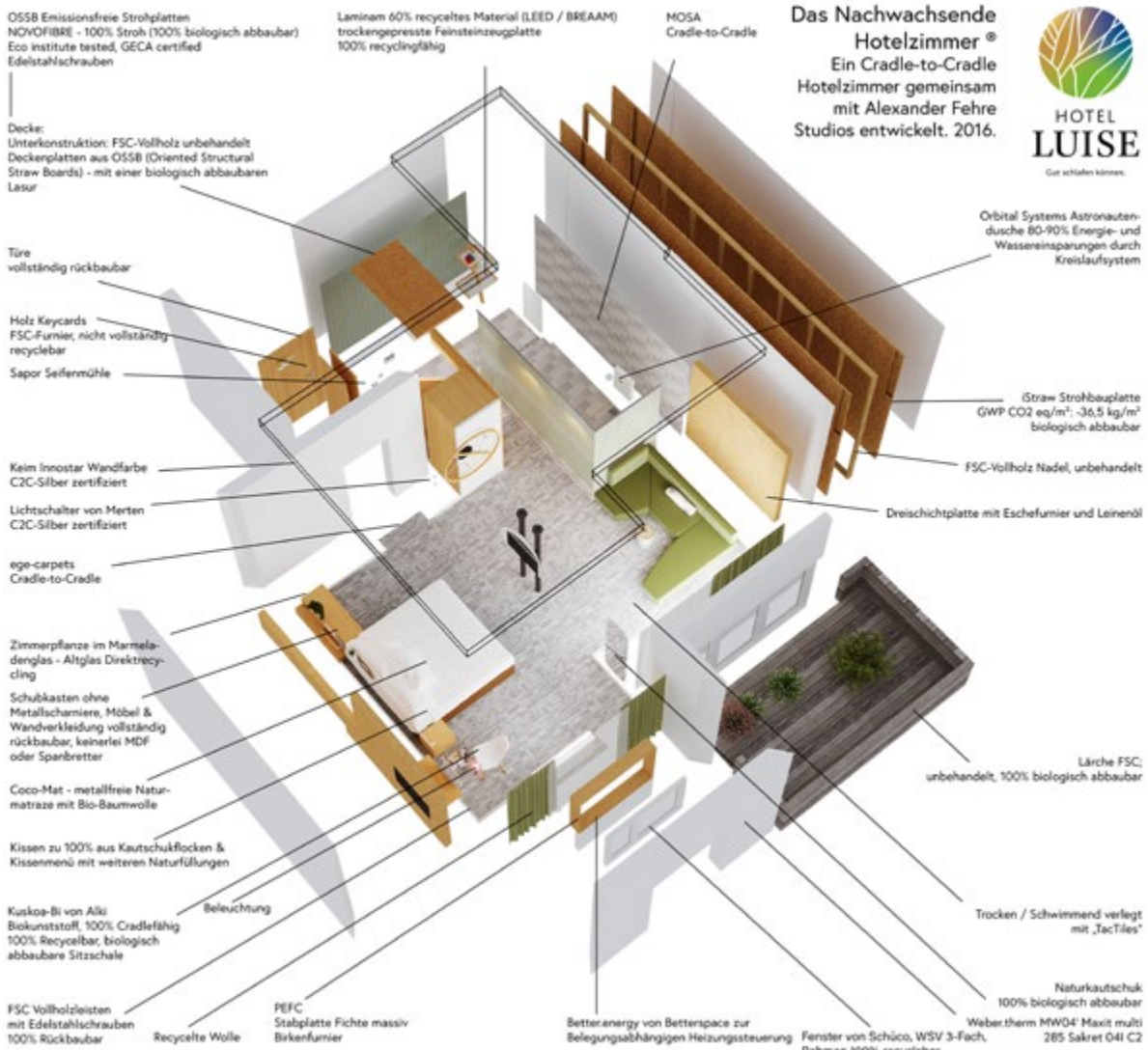


Das Hotel der Kreisläufe kennt keinen Müll - nur Ressourcen.

Basierend auf bestehenden Konzepten wie den drei Säulen der Nachhaltigkeit, dem [Cradle-to-Cradle-Prinzip](#) und der Gemeinwohlökonomie, geht es uns mit der Idee des „Hotels der Kreisläufe“ um die Grundprinzipien eines selbsterhaltenden Ökosystems: Das „[Hotel der Kreisläufe](#)“ kennt keinen Müll, es kennt nur Ressourcen.

Das „[Hotel der Kreisläufe](#)“ kennt keinen Ressourcenverbrauch, es kennt nur Ressourcennutzung. Nicht erst unsere „[nachwachsenden Hotelzimmer](#)“, die vollständig nach dem [Cradle-to-Cradle-Prinzip](#) entwickelt wurden, haben uns auf diesen Weg gebracht. Jenes definiert eine konsequente Kreislaufwirtschaft im Produktdesign, die voraussetzt, dass alle Materialien, aus denen ein Produkt besteht, in die Natur zurückgeführt oder für die Herstellung eines neuen Produktes wiederverwendet werden können. Durch diese Ausrichtung stellen unsere „[nachwachsenden Hotelzimmer](#)“ den Startpunkt unserer Reise zum „[Hotel der Kreisläufe](#)“ dar. Als solches möchten wir uns zum Inkubator einer einer zukunftsfähigen Art des verträglichen Wirtschaftens entwickeln.

Durch die Bündelung unserer Maßnahmen bis hin zum Gesamtkonzept „[Hotel der Kreisläufe](#)“, wollen wir Ressourceneffizienz als Erfolgsmodell etablieren. Durch Einbindung aller Zielgruppen positionieren wir uns als Ort der erlebbaren, nachhaltigen Unternehmensführung und nutzen das Marketing unserer persönlichen Philosophie dafür, auch anderen zu beweisen, dass es sich bei unserem Unternehmenskonzept um ein erfolgreiches Zukunftsmodell handelt. Die Geschichte unseres Hotels, die den Erfolg unseres konsequenten Denkens und Handelns verdeutlicht, ist der beste Beweis hierfür. Doch auch in Zukunft werden wir uns selbstverständlich nicht auf diesem Erfolg ausruhen, sondern unsere bestehenden Maßnahmen stetig hinterfragen sowie diese um neue Ansätze ergänzen, um uns konsequent weiterzuentwickeln.



Die Baumaterialien der “Wall”

Substanz

Die inzwischen mehr als 270 Nachhaltigkeitsmaßnahmen bilden das Fundament der Wall of Change. Es sind alles getestete, von uns kuratierte Werkzeuge in unserem Nachhaltigkeitskonzept. Wir möchten hiermit weder Anspruch auf Vollständigkeit erheben, noch suggerieren, dass es sich immer um die einzige und beste Lösung gehandelt hat. Alle vorgestellten Lösungen haben sich in unserem Fall aber als erfolgreich erwiesen.

Dokumentation Kommunikation

Bevor diese vielen Projekte tatsächlich kommuniziert werden können, ist eine sorgfältige Dokumentation notwendig. Es schafft sowohl Transparenz, als auch einen wirklichen informativen Mehrwert, wenn bestimmte Parameter angegeben sind. Hierzu haben wir uns für folgende Punkte entschieden: Der Projektzeitraum, da manche Projekte in der Vergangenheit liegen oder noch in der Umsetzung sind. Die Partner*innen, um Nachahmer*innen direkt potenzielle Vernetzungen und praktische Lösungen zu bieten. Die [SDGs \(Sustainable Development Goals der UN\)](#), um die Auswirkung der Projekte auf die entsprechenden Handlungsfelder zu verdeutlichen. Und natürlich eine Kurzbeschreibung der wichtigsten Herausforderungen oder Bausteine.

Um diese vielen Projekte übersichtlich zu bündeln, ist ein innovatives Konzept gefragt. Früher besaß das Hotel eine lange Liste, dann eine Mindmap, um die Projekte darzustellen. Doch das war aus unserer Sicht zu sachlich, zu unemotional und wurde nicht dem Drang etwas Neues zu entdecken gerecht. So entstand die Idee der [Wall of Change](#).

Diese existiert nicht nur als digitale Website, sondern gibt es auch physisch in der Lobby des Hotels. Die Überschriften der einzelnen Maßnahmen wurden dafür auf Holzblätter graviert und anschließend an einer Wand platziert. Dadurch entsteht eine optisch sehr ansprechende Installation, die die Neugier aller Gäste weckt. Inspiriert von den Blättern eines Baumes, von fern betrachtet alle sehr ähnlich, kann man in jedem Blatt von Nahem etwas neues entdecken. Die Blätter bewegen sich im Wind, wodurch der Eindruck eines organischen Gebildes verstärkt wird. Durch einen kleinen Text, welcher einen Link enthält, wird auf die digitale Wall of Change aufmerksam gemacht auf der die Interessierten alle weiteren Informationen finden. Diese Wand vor Ort gilt als emotionaler „Entry Point“, der das Interesse wecken soll, um dann die digitale Wall of Change zu besuchen.



Sei ein Ecoist!





WORDS
BEN FÖRTSCH

PHOTOGRAPHS
BEN FÖRTSCH & HOTEL LUISE

BUTTERFLY

Es heißt, der Flügelschlag eines Schmetterlings könne auf der anderen Seite der Welt einen Sturm auslösen. Diese Metapher des „Butterfly Effects“ erinnert uns daran, dass auch die kleinsten Handlungen ungeahnte Auswirkungen haben können. Genau dieser Gedanke ist es, der uns im Hotel Luise antreibt, nachhaltig zu handeln. Denn auch wenn unsere täglichen Entscheidungen zunächst klein erscheinen mögen – gemeinsam haben sie die Macht, eine Welle der Veränderung auszulösen.

Stellen Sie sich vor, Sie stehen an unserem [Trinkwasserbrunnen](#) in der Lobby. Ein Gast füllt gerade seine wiederverwendbare Flasche auf. Ein kleiner, unscheinbarer Moment, könnte man meinen. Doch was, wenn genau dieser Gast nach seiner Reise beschließt, selbst auf Plastikflaschen zu verzichten? Und was, wenn dieser Gedanke von Freund zu Freund weitergetragen wird, bis irgendwann eine ganze Gemeinschaft Plastikmüll reduziert? Genau das ist der Butterfly Effect der Nachhaltigkeit: Jede noch so kleine Tat hat das Potenzial, eine größere Bewegung anzustoßen.

Die Herausforderungen, vor denen wir in der Welt stehen, mögen erdrückend wirken. Klimawandel, Artensterben, Umweltverschmutzung – oft fühlen wir uns angesichts dieser Probleme machtlos. Doch was wäre, wenn wir den Mut hätten, uns nicht von der Größe der Herausforderungen entmutigen zu lassen? Was wäre, wenn wir die Veränderung annehmen und erkennen, dass jede kleine Entscheidung ein Teil einer viel größeren Lösung sein kann? Es geht nicht darum, sofort die ganze Welt zu retten. Es geht darum, den ersten Schritt zu machen und zu verstehen, dass dieser Schritt ein Teil einer Kettenreaktion ist, die die Welt tatsächlich verändern kann. Der Butterfly Effect zeigt uns, dass alles miteinander verbunden ist. So wie der Flügelschlag eines Schmetterlings in Brasilien einen Tornado in Texas auslösen kann, so kann eine kleine, bewusste Entscheidung in unserem Hotel dazu führen, dass weit über unsere Grenzen hinaus nachhaltiges Handeln angeregt wird. Jeder Tropfen, der in den Ozean fällt, verursacht Wellen. Und jede Welle hat das Potenzial, etwas zu bewegen. Was uns antreibt, ist die Überzeugung, dass wir durch Kollaboration und den Mut, anders zu denken, Großes bewirken können. Allein mag es schwierig erscheinen, die Welt zu verändern, aber zusammen können wir eine Bewegung schaffen, die unaufhaltsam wird. Nachhaltigkeit ist eine Reise, die wir nicht alleine antreten müssen. Es ist eine Reise, die wir gemeinsam gehen, Schritt für Schritt, Flügelschlag für Flügelschlag.

Unsere „Wall of Change“ ist ein Symbol für diesen Gedanken. Jede Maßnahme, die wir dort präsentieren – sei es die Umstellung auf [Grünstrom](#), der [Mikrowald](#) oder unser [nachwachsendes Hotelzimmer](#) – zeigt, dass aus kleinen Ideen große Veränderungen entstehen können. Wir wissen, dass wir nicht alleine die Welt retten werden, aber wir können den Anstoß geben. Wir können den ersten Flügelschlag tun, der vielleicht weit entfernte Ufer erreicht und dort neue Stürme der Veränderung auslöst.

DIE WELT RETTEN IN VIER SCHRITTEN

*Um Ideen zu entwickeln und letztlich auch umzusetzen, braucht es Werkzeuge. Wir haben uns unser eigenes Hilfsmittel geschaffen: Die vier Schritte hin zur erfolgreichen Nachhaltigkeitsmaßnahme: **Evaluation - Mindset - Aktionen - Geschichten***

Schritt Eins - Evaluation

Bevor wir mit der Umsetzung beginnen, führen wir eine gründliche Evaluation durch. Nur wenn wir genau wissen, wo wir stehen, können wir fundierte Entscheidungen treffen. Wir haben uns intensiv mit unserem CO₂-Ausstoß befasst und festgestellt, dass eine durchschnittliche Übernachtung in einem deutschen Vier-Sterne-Hotel, laut dem Dehoga-Bundesverband, etwa 21 Kilogramm CO₂ verursacht, was etwa 4.200 mit CO₂ gefüllten Luftballons entspricht. Im Vergleich dazu liegt unser eigener CO₂-Ausstoß im Hotel Luise deutlich niedriger – bei knapp 1.850 Luftballons pro Übernachtung.

Doch Evaluation bedeutet für uns nicht nur den CO₂-Fußabdruck zu betrachten. Es gäbe zu viele Themen, um in alle tiefer einzutauchen. Aber ein weiterer wichtiger Bereich ist das Thema Mikroplastik. Uns wurde klar, dass auch wir als Betrieb in einem Land wie Deutschland, in dem Mikroplastik eine große Herausforderung darstellt, einen Beitrag zur Reduzierung leisten müssen. Wusstet ihr, dass jede Person in Deutschland jährlich rund 5,4 Kilogramm Mikroplastik in die Umwelt emittiert? Der größte Anteil davon stammt überraschenderweise nicht aus Kosmetika, sondern aus Reifenabrieb. Dies hat uns veranlasst, Maßnahmen zu ergreifen, um unseren eigenen Beitrag zum Mikroplastik-Problem zu senken.

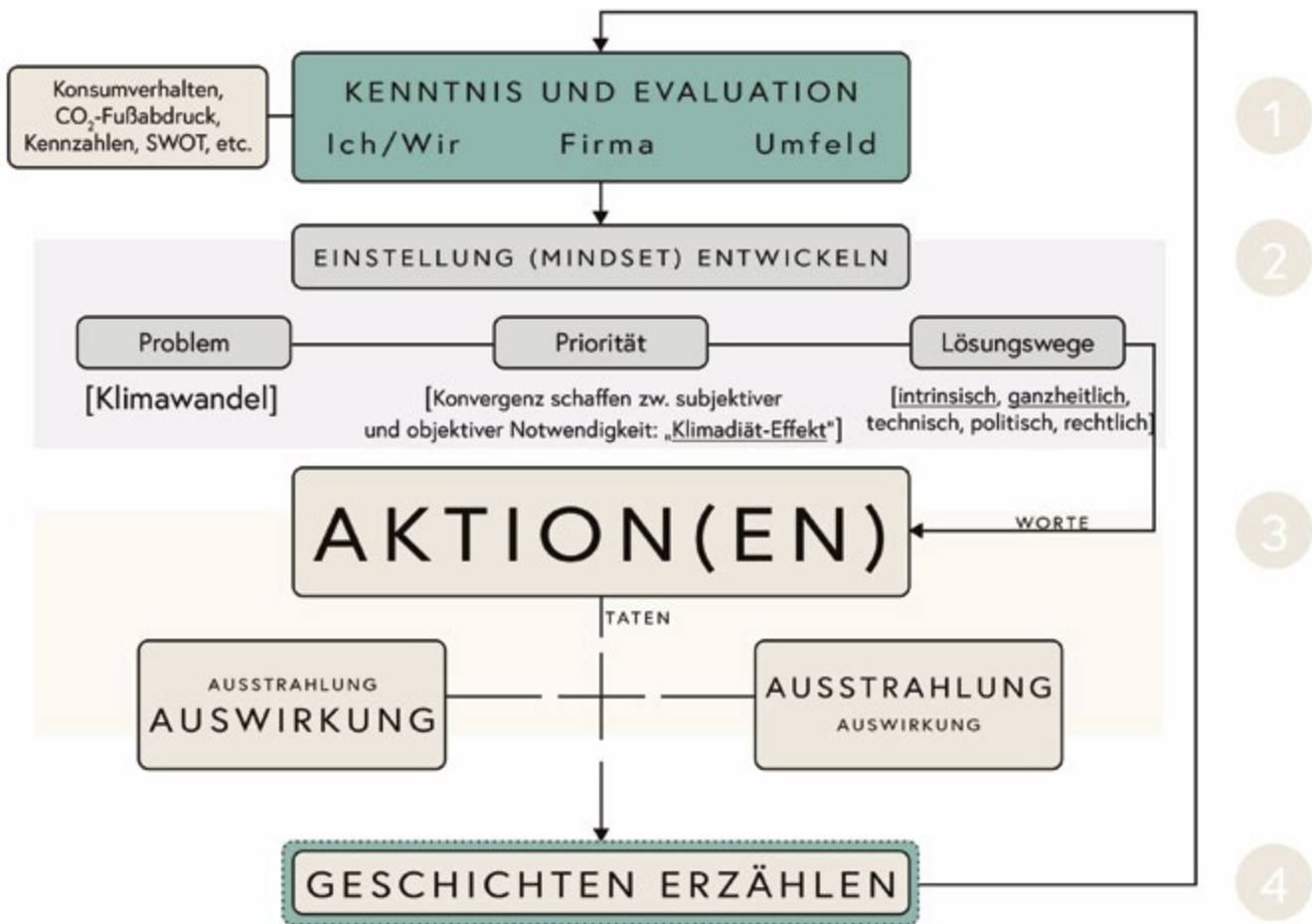
Wir haben auch festgestellt, dass einfache Maßnahmen wie die Nutzung von [Grünstrom](#) und die Installation von [Photovoltaikanlagen](#) einen enormen Einfluss auf unseren ökologischen Fußabdruck haben. Doch die Evaluation ging noch weiter: Wir nahmen uns unsere Gebäude vor und untersuchten, wie wir durch [energetische Sanierungen](#) den Energieverbrauch senken können. Der Umbau unseres [Tiefhofs](#), der nun durch gezielte Begrünung und natürliche Belüftung ein angenehmes Mikroklima schafft, ist nur ein Beispiel für unsere beständigen Bemühungen, nicht nur kurzfristige, sondern langfristige Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen.

Um die Wichtigkeit der Evaluation weiter zu unterstreichen: Ein Kilogramm Bio-Rindfleisch verursacht etwa 4.400 mit CO₂ gefüllte Luftballons – mehr als eine Übernachtung in einem konventionellen Vier-Sterne-Hotel. Solche Vergleiche verdeutlichen, wie sehr jede Entscheidung, von der Wahl unserer Lebensmittel bis zur Wahl unserer Energiequellen, Auswirkungen auf die Umwelt hat. Evaluation ist der Schlüssel, um diese Zusammenhänge zu verstehen und Verbesserungen zu erzielen.



Eigentlich müsste man ja mehr tun, aber...

“Auch wenn der Prozess dahinter strukturiert ist, müssen wir den inneren Schweinehund erstmal mit positiven Emotionen ablenken.”



GRAFIK
© HOTEL LUISE - DIE VIER SCHRITTE UM DIE WELT ZU RETTEN

Schritt Zwei - Mindset

Nachdem wir ein klares Bild unserer Ausgangssituation hatten, wurde uns bewusst, dass es nicht nur um Maßnahmen geht, sondern vor allem um eine Änderung der Denkweise – das Mindset. Nachhaltigkeit muss nicht als Belastung oder Einschränkung gesehen werden, sondern als Chance, Dinge besser zu machen. Doch dabei müssen wir uns einer großen Herausforderung stellen: dem „Klima-Diät-Effekt“. Dieser beschreibt das Phänomen, dass nachhaltiges Verhalten oft wie eine lästige Diät empfunden wird – etwas, das uns kurzfristig einschränkt und keinen Spaß macht.

Wir wollten diesem Effekt entgegenwirken, indem wir das Konzept der intrinsischen Motivation in den Mittelpunkt stellten. Nachhaltigkeit sollte nicht als Last wahrgenommen werden, sondern als Möglichkeit, aktiv zur Verbesserung unserer Welt beizutragen. Um diese Motivation zu wecken, setzen wir auf Gamification-Elemente und Perspektivenwechsel.

Unsere „Wall of Change“ ist dafür ein gutes Beispiel: Wir haben sie so gestaltet, dass Gäste und Mitarbeiter Lust haben, sich mit den verschiedenen Nachhaltigkeitsprojekten auseinanderzusetzen. Jeder Besucher kann durch das Entdecken der Maßnahmen inspiriert werden und erfährt, dass selbst kleine Beiträge, einen Unterschied machen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der Perspektivenwechsel. Es geht nicht darum, was wir verlieren, wenn wir nachhaltiger leben, sondern darum, was wir gewinnen – sei es saubere Luft, weniger Müll oder das Gefühl, Teil einer positiven Veränderung zu sein. Dieser Wechsel in der Wahrnehmung hilft uns und unseren Gästen, den „Klima-Diät-Effekt“ zu überwinden und Nachhaltigkeit als etwas Erfüllendes zu betrachten.

Durch diesen ganzheitlichen Ansatz fördern wir ein Mindset, das auf langfristiges Denken und gemeinsames Handeln setzt. Unser Ziel ist es, dass sowohl unser Team als auch unsere Gäste Nachhaltigkeit nicht als Verzicht, sondern als eine Bereicherung ihres Lebensstils wahrnehmen.

Schritt Drei - Aktionen

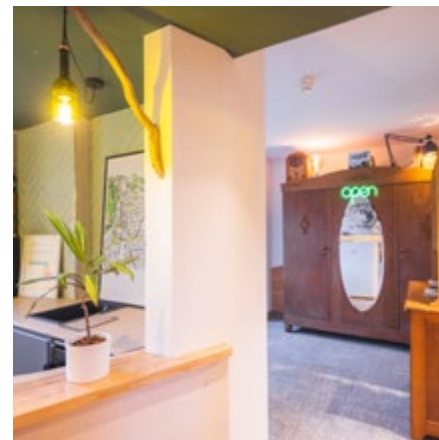
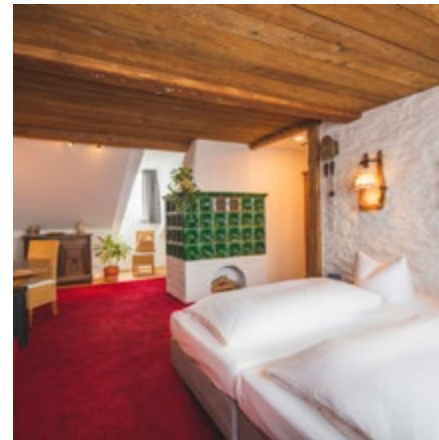
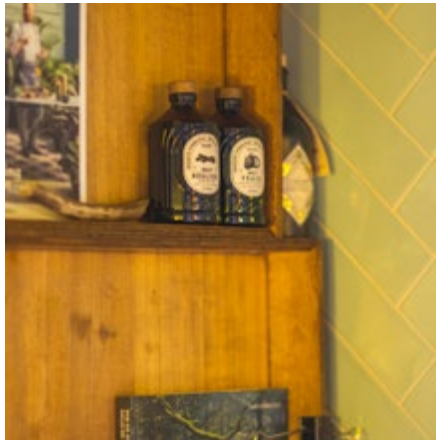
Ein starkes Mindset und gründliche Evaluationen führen schließlich zu konkreten Aktionen. Bei unseren Aktionen achten wir besonders darauf, dass sie sowohl Ausstrahlung als auch Auswirkungen haben. Das bedeutet, dass wir Maßnahmen umsetzen, die nach außen sichtbar sind und unser Engagement unterstreichen, aber gleichzeitig solche Maßnahmen priorisieren, die langfristig wirkliche Veränderungen bewirken.

Ein herausragendes Beispiel ist unser „nachwachsendes Hotelzimmer“. Dieses Zimmer besteht vollständig aus nachwachsenden Rohstoffen und ist ein Modellprojekt, das zeigt, wie

innovative Materialien und Bauweisen die Nachhaltigkeit im Hotelbetrieb revolutionieren können. Solche Vorzeigeprojekte haben eine starke Ausstrahlung und zeigen unseren Gästen und Partnern, wie weit man im Bereich nachhaltiges Bauen gehen kann. Doch ebenso wichtig sind weniger sichtbare Maßnahmen, wie die energieeffiziente Gebäudesanierung und die Begrünung unseres Tiefhofs. Diese Projekte tragen langfristig dazu bei, unseren Energieverbrauch zu senken und das Klima zu schonen.

Eine weitere Aktion mit hoher Wirkung ist unser „Mikrowald“-Projekt. Auf einer kleinen Fläche pflanzen wir Bäume, die das lokale Mikroklima verbessern und CO₂ binden. Diese Art von Projekten mag klein erscheinen, doch sie trägt erheblich zur Erhaltung der Artenvielfalt und zur Reduktion unseres CO₂-Fußabdrucks bei. Der Mikrowald ist Teil einer langfristigen Strategie, die zeigt, dass auch kleine Maßnahmen im richtigen Kontext große Veränderungen bewirken können.

Wir haben insgesamt mehr als 270 Maßnahmen umgesetzt, von denen einige klein wirken mögen, wie die faire Verteilung des Trinkgeldes im Team, andere hingegen große Investitionen erforderten, wie energetische Sanierungen. Dieser Mix aus sichtbaren und tiefgreifenden Maßnahmen stärkt unser Nachhaltigkeitskonzept und sorgt dafür, dass wir sowohl kurzfristig als auch langfristig positive Effekte erzielen.



“Creativity involves breaking out of established patterns in order to look at things in a different way.”

EDWARD DE BONO

Schritt Vier - Geschichten

Der letzte Schritt auf unserem Weg ist das [Erzählen von Geschichten](#). Wir sind davon überzeugt, dass Geschichten eine immense Kraft haben, um Menschen zu inspirieren und Veränderungen anzustoßen.

Geschichten, wie zum Beispiel die von Luise anfangs, schaffen nicht nur Identität, sondern auch Vertrauen. Sie helfen uns, unsere Erfolge zu feiern und gleichzeitig ehrlich über die Herausforderungen zu sprechen, die wir noch bewältigen müssen. Indem wir sowohl unsere Fortschritte als auch unsere Baustellen kommunizieren, setzen wir uns selbst unter Druck, kontinuierlich besser zu werden. Transparenz ist uns dabei besonders wichtig – sowohl intern gegenüber unserem Team als auch extern gegenüber Gästen und Partnern.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass Geschichten uns helfen, unser Engagement sichtbar zu machen. Es ist nicht genug, dass wir nachhaltige Maßnahmen umsetzen – wir müssen diese Erfolge auch teilen, um andere zu inspirieren und zur Nachahmung anzuregen. Unsere Gäste erfahren durch unsere Geschichten, dass Nachhaltigkeit einfach sein muss und jeder einen Beitrag leisten kann. Indem wir offen kommunizieren, was gut funktioniert und wo wir noch lernen müssen, bauen wir eine Verbindung zu unseren Gästen auf, die über den bloßen Aufenthalt hinausgeht.

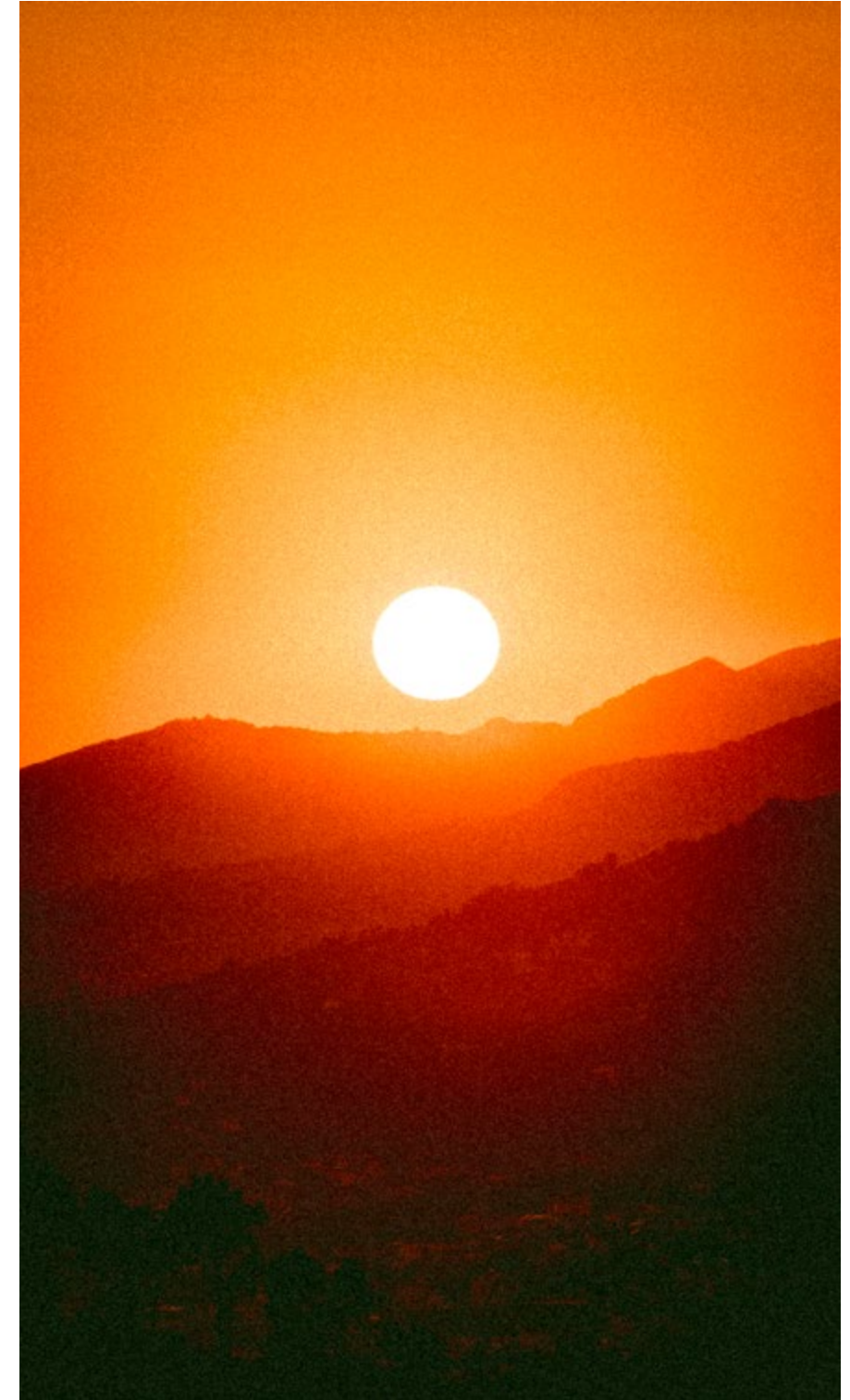
Wieder zurück zum Anfang

Diese vier Schritte – Evaluation, Mindset, Aktionen und Geschichten – bilden das Herzstück unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Sie helfen uns, langfristige Veränderungen zu bewirken, die nicht nur uns als Unternehmen, sondern auch die Gemeinschaft und die Welt, in der wir leben, positiv beeinflussen. Nachhaltigkeit ist für uns keine Last, sondern eine Bereicherung – und eine Chance, die wir mit Begeisterung ergreifen. Und so fängt dieser Prozess immer wieder auf das neue bei uns an, denn um die Welt zu retten, haben wir noch einiges zu tun!

TELL ME A STORY.

*“The most powerful person in the world is the story teller.
The storyteller sets the vision, values and agenda of an entire
generation that is to come.”*

STEVE JOBS, 1994





HOTEL
LUISE

Gut schlafen können.

SUSTAINNOVATOR

www.luise.eco

www.hotel-luise.de

www.sustainnovator.com

