

Rondetafelgesprek over duurzaamheid

'We moeten het verblijf verduurzamen'

NH Hoteles heeft in het kader van duurzaamheid diverse initiatieven ondernomen. Onder het motto 'Wake up to a better World' organiseerde NH Director Business Unit Benelux, France, UK & Africa Arco Buijs een rondetafelgesprek met mensen uit de branche en hun toeleveranciers om de betekenis van duurzaamheid voor de hospitalitybranche te bespreken. Buijs: "NH Hoteles heeft de ambitie om één van de meest maatschappelijk verantwoorde bedrijven te zijn in de gastvrijheidsindustrie."

Om dit te realiseren heeft de hotelketen het Environmental Strategic Plan opgesteld waarin concrete doelstellingen zijn geformuleerd. Zo willen we twintig procent reductie in CO₂-uitstoot, twintig procent minder waterproductie, twintig procent energiebesparing en twintig procent minder afvalverwerking. Een voorbeeld van duurzame producten die door NH Hoteles wordt gebruikt is de oxo-bio-degradable verpakking voor de verzorgingsproducten. Dit voorkomt zestig ton plastic afval. Een van de onderwerpen waar NH zich de afgelopen tijd op heeft gericht is verlichting. In alle NH hotels zijn de traditionele gloeilampen vervangen door spaarlampen. Frank van der Vloed, Managing Director Philips Lighting Benelux: "Op verlichting kan enorm bespaard worden. In hotels gaat veertig procent van de energie op aan licht. Daar kan bijvoorbeeld door het gebruik van led-lampen dertig procent op worden bespaard. Bovendien gaan de lampen langer mee."

Green Key

Alle NH hotels in Nederland zijn in het bezit van de Green Key, hét internationale keurmerk voor bedrijven in de toerisme en recreatiebranche die serieus en controleerbaar bezig zijn met de milieuzorg binnen het bedrijf. Erik van Dijk, directeur van Green Key: "Green Key was voorheen de Milieu Baro-

meter. Dat was een intern instrument voor bedrijven. Green Key is meer extern gericht en gaat ook over duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen." Van Dijk merkt dat de zakelijke markt erg bezig is met duurzaamheid. "Dat komt mede doordat overheidsinstanties duurzaam moeten inkopen. Op de particuliere markt is nog veel te winnen." Dat merkt ook Ed Trentelman, commercieel directeur van Bookit. "Wij zijn het label 'Bewust op reis' gestart." Bewust op Reis richt zich op duurzame bedrijfsvoering. Binnen dit project ontwikkelt de reissector, gesteund door het ministerie van Economische Zaken, een overkoepelend consumentenlabel voor duurzaam toerisme. "Gasten weten heel weinig van (milieu)keurmerken. Hierdoor ontbreekt het de meeste mensen aan inzicht om bewust te kiezen voor duurzaamheid bij het plannen van een vakantie. Een overkoepelend consumentenlabel voor duurzaam toerisme moet consumenten op weg helpen naar een duurzamere vakantie."

Communicatie

Ook Lodewijk van der Grinten, directeur van Koninklijke Horeca Nederland vindt dat er nog veel zendingswerk te doen is. "Het gaat erom dat we opnieuw gaan kijken hoe we met deze wereld om willen gaan. Of we nu willen of niet: we zijn met z'n allen verantwoordelijk voor deze wereld en we moeten



onze verantwoordelijkheid als branche gewoon nemen. Als we dat niet doen, worden we er door onze gasten op afgerekend." Van der Grinten denkt dat ondernemers makkelijk te overtuigen zijn. "Het begint bij kennis. Als je het duurzaamheidsverhaal goed verwoordt en de noodzaak en de wenselijkheid ervan onder de aandacht brengt, zijn de ondernemers goed te motiveren." Volgens Buijs moet er wel een kleine kanttekening gemaakt worden. "Je moet als ondernemer ook de mogelijkheid hebben om te investeren. De gast is nog niet altijd bereid meer te betalen." Van der Grinten: "Het begint met visie en het stellen van doelen. Als daarmee ook nog winst maakt, is dat helemaal mooi." Natuurlijk staan duurzaamheid en een verblijf in een luxe hotel op gespannen voet. Buijs: "Daarom wil NH ervoor zorgen dat de gast een onvergetelijke ervaring heeft tijdens een verblijf en dat dat tevens de minst mogelijke belasting op het milieu met zich meebrengt."

> [HorecaEntree](#) <

Spygames onthuld op Venuez

Tijdens het Venuez Hospitality & Style Event in de Cruise Terminal Rotterdam is het winnende concept van de Satelliet Design Challenge onthuld. Het winnende concept Spygames is ontworpen door Alice Mulders, studente Interieur Architectuur aan de AKV St. Joost te Breda. De pay-off is 'I spy you, spy me too'. Door de honderdvijftig spiegels die onder verschillende hoeken aan het plafond hangen, kan iedereen elkaar bekijken of bekeken worden. Het spioneren krijgt een extra dimensie door middel van elektronisch gestuurde spiegels. Met een knop verwerkt in de tafel kunnen gasten de spiegels draaien om zo hun blikveld te vergroten. "Het tot leven brengen van zo'n ontwerp is altijd zeer inspirerend", aldus Eric Roest, directeur van Satelliet.

