



HORESTA

SUSDANEABLE

FOR THE FUTURE

HORESTA's STRATEGI

FOR ET BÆREDYGTIGT TURISTERHVERV





INDHOLD

SUSDANEABLE FOR THE FUTURE	7
VERDENSMÅL FOR BÆREDYGTIGHED	10
VERDENS MEST BÆREDYGTIGE TURISME- OG OPLEVELSESERHVERV	12
VÆKST I TURISME SKAL FORTSAT VÆRE BÆREDYGTIG	15
BÆREDYGTIGHED ER EN MEWGA-TREND, MEN SKAL SÆLGES BEDRE	16
KLIMAVENLIGE REJSEFORMER	18
DANSK TURISME HAR POTENTIALE TIL MERE	20
6 VEJE TIL MÅLET	21
Facts and figures: Overnatningserhvervet reducerer CO2 udledning på trods af høj vækst Facts and figures: Restauranterhvervet udleder mindre CO2 per gæst	
#1 MINDRE FORBRUG & MERE GRØN ENERGI	22
MINDRE ENERGI- OG VANDFORBRUG, MERE GRØN ENERGI	24
#2 MINDRE MADSPILD, AFFALD & PLAST	28
MINDRE MADSPILD	28
MINDRE PLAST	30
BEDRE GENANVENDELSE	30
#3 MERE BÆREDYGTIG MAD	32
MERE BÆREDYGTIG MAD	32
MERE ØKOLOGI	33
#4 MERE KLIMAVENLIG TRANSPORT	36
Facts and figures: Hoteller og ladestandere til el-biler	
MERE KLIMAVENLIG TRANSPORT TIL TURISTER OG GÆSTER	36
#5 MERE VIDEN OM BÆREDYGTIGHED	40
BÆREDYGTIG ADFÆRD ER EN NATURLIG DEL AF DAGLIGDAGEN	40
#6 KLARE MÅL & MARKEDSFØRING	42
STÆRKE KÆDER, ORGANISATIONER OG DESTINATIONER DRIVER ARBEJDET	44
Facts and figures: 71 pct. flere Green Key hoteller på 10 år	
KOM VIDERE MED HJÆLP FRA HORESTA	46

HORESTA



SusDANEable for the Future

*af Katia K. Østergaard
Adm. direktør, HORESTA*

Hotel-, restaurant- og turisterhvervet er et af Danmarks største og mest betydningsfulde væksterhverv. Med dette følger et stort ansvar – både for vores gæster, vores medarbejdere og hele vores omverden. Aldrig har det været vigtigere, at HORESTA og erhvervets ledere er os vores ansvar bevidst. Det gælder ikke mindst ansvaret for en bæredygtig adfærd og vores del af bidraget til at nå FNs Verdensmål.

HORESTA sætter sig derfor for bordenden i arbejdet med at gøre Danmark til verdens mest bæredygtige turistdestination ved at præsentere en ny strategi. En strategi, der består af seks indsatsområder, hvor turisterhvervet, HORESTA og politikerne i forening kan styrke indsatsen for at nå de ambitiøse mål.

Med et afsæt i troen på, at samfundsansvar og bæredygtighed kan gå hånd i hånd med vækst, er målet at udvikle og gennemføre bæredygtige tiltag, så verdensmålene forankres i virksomhedernes strategi.

Vi skal som erhverv tage ansvar for at gøre en positiv forskel. Vi skal finde nye veje til en styrket forretning, hvor bæredygtighedsindsatsen kan forenes med bedre service, innovative gæsteoplevelser og øget bundlinje.

Det kræver vilje, viden og nytænkning. Men den åbenlyse sidegevinst er, at en virksomheds profil og omdømme som en bæredygtig virksomhed, der *lever* verdensmålene, har en positiv effekt på samfundet og virker som en magnet på kunder og på de nye unge talenter.

Erhvervet har i mange år arbejdet målrettet på at forbedre klimaet og samtidig styrket bundlinjen gennem en grøn vifte af tiltag. I HORESTA har vi taget en lang række initiativer på denne dagsorden og bl.a. med Miljømærket Green Key, som i dag er verdens største certificering inden for turisterhvervet, og har spredt sig til 57 lande. Senest har vi lanceret netværket SusDaneable – et nyt netværk for bæredygtige virksomheders udvikling.

Vi har med andre ord et rigtig godt afsæt for de kommende år, hvor der i stigende grad er fokus på, i hvilket omfang turismen slider på sine omgivelser.

Men vi skal være mere ambitiøse end det. Danmark er allerede verdenskendt for "den danske model". Vi udvikler nu en ny unik model "SusDaneable for the future".

Vi glæder os til samarbejdet om denne vigtige dagsorden!







VERDENSMÅL FOR BÆREDYGTIG UDVIKLING

FNs 17 Verdensmål for bæredygtig udvikling blev vedtaget i 2015 af verdens stats- og regeringsledere, og verdensmålene er udtryk for, at vi sammen skal skabe en ambitiøs og transformativ udviklingsdagsorden. Social, økonomisk og miljømæssig udvikling, såvel som fred, sikkerhed og internationalt samarbejde er tæt forbundne, og det kræver en integreret indsats at opnå holdbare udviklingsresultater.

Turisme- og oplevelseserhvervet kan på globalt plan som få andre erhverv bidrage positivt til at opnå FNs Verdensmål for bæredygtig udvikling. FN vurderer på basis af nationale tilbagemeldinger, at turismen har særlig betydning for på globalt plan at bidrage til:

- Fremme af vedvarende, inklusiv og bæredygtig økonomisk vækst
- Beskæftigelse, nedbringelse af fattigdom og social inklusion
- Ressourceoptimering, miljømæssig beskyttelse og klimaforandring
- Kulturarv, diversitet og historie
- Gensidig forståelse, fred og sikkerhed

Turisme- og oplevelseserhvervet kan også i dansk kontekst bidrage til opnåelse af de 17 verdensmål – både de 17 generelle målsætninger og mange af de underliggende delmål.

Turisme- og oplevelseserhvervet kan bidrage positivt med at skabe udvikling, vækst og eksport, der skaber fundamentet for den danske velstand og velfærd. Erhvervet bidrager også med at sikre et Danmark i balance ved at skabe vækst og arbejdspladser over hele landet – arbejdspladser, der er stedbundne og ikke kan outsources. Og erhvervets mange virksomheder bidrager væsentligt til at integrere personer på kanten af arbejdsmarkedet, hvad enten det er ledige, flygtninge eller andre i en særlig situation. Og endelig skaber turisme- og oplevelseserhvervet en masse oplevelser og aktiviteter, som kommer os alle til glæde og gavn.

Men det er særligt på klima- og miljøområdet, at Danmark kan gøre en ekstra indsats i forhold til FNs Verdensmål, og hvor turisme- og oplevelseserhvervet også kan gøre en stor forskel.

For at gøre verdensmålene forståelige og relevante i et dansk perspektiv har HORESTA forsøgt at konkretisere og beskrive, hvordan turisme- og oplevelseserhvervet bidrager til hvert og et af FNs Verdensmål. Alle verdensmål er relevante, men erhvervet kan bidrage mere til nogle mål end andre.

Beskrivelsen kaldes "17 Sustainable Goals" og findes på horesta.dk. Her er det muligt for den enkelte virksomhed at få viden og inspiration til at kortlægge og forøge egen indsats i forhold til verdensmålene.



”

DANMARK GÅR FORAN, OG VI VIL HJÆLPE OG INSPIRERE VORES KOLLEGAER I DE EUROPÆISKE LANDE MED AT FREMME BÆREDYGTIG TURISME.

*Jens Zimmer Christensen,
Formand for HORESTA og præsident i HOTREC.*



”

NOGEN SKAL TAGE FØRERTRØJEN.
NOGEN SKAL GÅ FORAN. DET ER DANMARK,
DER GØR DET NU.

*Statsminister Mette Frederiksen
ved klimatopmøde i New York, september 2019.*



VERDENS MEST BÆREDYGTIGE TURISME- OG OPLEVELSESERHVERV

Dansk turisme- og oplevelseserhverv og danske hoteller og restauranter har i mange år været i front med grønne og bæredygtige tiltag. Nu er det på tide, at vi beslutter os for at løbe de sidste meter og høste frugten af mange års arbejde med miljø og bæredygtighed i virksomhederne.

HORESTA ønsker derfor at sætte en ambitiøs målsætning om, at Danmark skal være verdens førende destination inden for bæredygtig turisme og bæredygtige oplevelser – og erhvervet skal være verdens mest bæredygtige turisme- og oplevelseserhverv.

Det er en ambitiøs målsætning, men ikke en umulig opgave.

HORESTA kommer her med en række bud på – og forslag til – initiativer, som bringer os nærmere målet. Det er initiativer og handlinger, som skal løftes både af politikere, af erhvervet og af HORESTA, så vi SAMMEN når målet.



”

DANMARK SKAL ARBEJDE FOR AT BLIVE VERDENS FØRENDE DESTINATION INDEN FOR BÆREDYGTIG TURISME. MANGE AF DE DANSKE TURISMEVIRKSOMHEDER GÅR I FORVEJEN FORAN, OG DET SKAL VI UDNYTTE TIL AT STYRKE DANMARKS POSITION SOM ET FØRENDE TURISMELAND.

*Allan Agerholm
Formand for VisitDenmark*



Vi skal ikke standse udviklingen. FNs Verdensmål handler netop om at skabe bæredygtig udvikling. Vi skal heller ikke gå på kompromis med kvalitet, service og komfort. Vi skal derimod skabe en bæredygtig, miljø- og klimavenlig luksus i turisme- og oplevelseserhvervet.

Vi skal udvikle og gennemføre bæredygtige tiltag, som kan betale sig både økonomisk og socialt, og som ikke går ud over produktet og oplevelsen, men derimod er med til at forbedre den.

Vi skal netop skabe en udvikling, der er **SUSDANEABLE FOR THE FUTURE.**





VÆKST I TURISME SKAL FORTSAT VÆRE BÆREDYGTIG

Turisme- og oplevelseserhvervet er et erhverv i vækst, og vækstprognoserne fortsætter. Det er en vækst, der på mange måder allerede har skabt positive klima- og miljømæssige resultater. For selvom væksten har været markant, er udledningen af CO² per overnatning på landets hoteller og per omsat krone på landets restauranter faldet markant.

Der er mange elementer, der kan forklare denne udvikling. Vækst skaber økonomi til at investere i nye, miljøvenlige løsninger. Nye aktører på markedet skærper konkurrencen og behovet for at reducere omkostninger blandt andet til forbrug og energi. Gæster og kunder stiller krav om, at produkter og oplevelser leveres med respekt for miljø og klima. Uagtet forklaringerne er konklusionen klar. Vækst står ikke i modsætning til miljø og klimahensyn.

Og det er afgørende, at vækst og en økonomisk, bæredygtig udvikling sikres. Det er fundamentet for øget, miljømæssig bæredygtighed.

**VI TROR PÅ, AT EN BÆREDYGTIG UDVIKLING BEDST SKABES I SAMARBEJDE
MED ERHVERVET UNDERBYGGET AF POSITIVE ØKONOMISKE INCITAMEN-
TER. FORDI GULEROD NU ENGANG VIRKER BEDRE END PISK.**

Det viser mange års erfaring med den succesfulde miljøcertificeringsordning Green Key, som er udviklet af HORESTA, Friluftsrådet og Miljøministeriet. Green Key er nu et førende internationalt miljømærke og er udbredt til 58 lande. Mere end 3.100 turistvirksomheder over hele verden er således mærket med Green Key og tager dermed aktive miljø- og klimamæssige tiltag på deres virksomheder. Udviklet efter en dansk opskrift på miljøledelse og positive, miljømæssige tiltag på danske hoteller. Det er en indsats, som HORESTA sammen med Friluftsrådet prioriterer højt for at få udbredt Green Key til endnu flere lande og turismevirksomheder.

HORESTA ønsker, at turisme- og oplevelseserhvervet fortsat gennem egen indsats og på erhvervets egne præmisser skal sikre en bæredygtig udvikling. Rigtigt grebet an vil det skabe nye partnerskaber, produkter og services. Det vil på længere sigt minimere omkostninger og styrke erhvervets image. Og helt konkret vil HORESTA bruge erfaringerne med hotellernes Green Key til at lancere Green Restaurant for restauranter og spisesteder.

BÆREDYGTIGHED ER EN MEGA-TREND, MEN SKAL SÆLGES BEDRE

Den klimavenlige og bæredygtige dagsorden er af stor betydning for hele verden – ikke mindst for danskerne. Vi må forvente, at bæredygtige rejser, oplevelser og måltider bliver en international mega-trend. En trend, der vil blive en grundlæggende forudsætning for at tiltrække både fremtidens gæster og fremtidens medarbejdere.

Dette er dog stadig i sin vorden. Flertallet af gæster og turister vælger stadig oplevelser og rejser efter oplevelsens indhold, rejsens lokation eller opholdets kvalitet. Men der opleves en stadig større efterspørgsel blandt erhvervs kunder og kunder fra offentligt regi. Og det er med til at fremme en positiv udvikling, som grundlæggende bygger på erhvervets egen forståelse af, at god service og omsorg for gæsten også skal komme til udtryk gennem bæredygtige og klimavenlige løsninger, og at det går hånd i hånd med bæredygtige og økonomisk fornuftige løsninger.

For at fremme en klimavenlig og bæredygtig dagsorden er der derfor brug for at udvikle tiltag og redskaber, der kan tydeliggøre et bæredygtigt valg for gæsten. Gæsten har også et ansvar og skal have mulighed for at vælge ansvarligt, hvad enten det er et måltid, en oplevelse, en overnatning eller en rejse.

”

INDEN FOR DE SENESTE TO ÅR ER DER
VIRKELIG SKET EN OMVÆLTNING I VORES BRANCHE.
FOR FÅ ÅR SIDEN VAR BÆREDYGTIGT
DREVET RESTAURANT ET KURIOSUM, HVOR DET I
DAG ER NOGET, SOM MANGE GÅR EFTER.
FOR VI KAN SE, AT DET ER FREMTIDEN.



*Adam Aamann,
Kok, TV-vært og stifter af AAMANNs.*



KLIMAVENLIGE REJSEFORMER

Debatten i Danmark har i høj grad drejet sig om klimabelastningen ved flyrejser. For at kvalificere debatten og sikre, at der tages de rette tiltag for at sikre mere klimavenlige rejser, er der brug for mere viden om klimabelastningen i dansk turisme og ved forskellige rejse- og transportformer.

I Norge er der lavet en klimarapport for norsk ferieturisme, der viser, at gæsternes forskellige transportformer udgør 97 pct. af den samlede klimabelastningen per år, mens hoteller og restauranter udgør blot 3 pct. Af de forskellige transportformer har krydstogtrejser den største belastning per rejsende, mens flyrejser samlet set skaber den største klimabelastning, men samtidig over de seneste år har haft den største nedgang i klimabelastningen per rejsende.

I Danmark har luftfartbranchen taget ansvaret på sig og forpligtet sig til at gøre dansk luftfart CO² neutral i 2050 og allerede i 2020 at CO²-kompensere dansk indenrigsflyvning 100 pct. og gøre lufthavnenes drift CO² neutrale.

Det er et væsentligt og vigtigt bidrag. Det er afgørende, at vi sikrer mere klimavenlige rejser og fremmer en klimaansvarlig luftfart i en global henseende. Men det er lige så afgørende, at vi fortsat rejser og sikrer, at turismen på de mange øvrige parametre fortsat kan bidrage positivt til at opnå FNs Verdensmål. Derfor skal løsningerne udvikles i – og med – branchen, så vi sikrer, at vi fremmer og ikke hæmmer virksomhedernes investeringer i mere klimavenlige løsninger.





DANSK TURISME HAR POTENTIAL TIL MERE

Der vil i de kommende år blive sat et ambitiøst, politisk afsæt for at fremme en klimavenlig og bæredygtig udvikling. Det vil blive fulgt op med både nationale og internationale tiltag. Alt fra frivillige initiativer fra civilsamfund og erhvervsliv til øgede krav og flere skatter og afgifter fra politisk hold.

Her skal dansk turisme- og oplevelseserhverv være en central medspiller, så vi sikrer, at politiske tiltag fremmer og ikke hæmmer den ønskede udvikling. Ved at arbejde sammen og sætte ambitiøse mål og sikre de rette redskaber, kan vi skabe forandringer. Og erhvervet kan og skal yde et positivt bidrag til danske mål om CO² reduktion, COP21 klimaaftalerne og FNs Verdensmål.

Samtidig skal det udnyttes positivt til at sikre, at vi i fællesskab arbejder for, at Danmark bliver verdens førende destination inden for bæredygtig turisme og bæredygtige oplevelser. Det er en målsætning, som erhvervet ikke kan indfri alene. Her er det vigtigt med et godt og effektivt samarbejde mellem alle parter og på alle niveauer, hvad enten det handler om udnyttelse af viden og ny teknologi, rettidig planlægning og involvering af lokalsamfund.

HORESTA har identificeret 6 områder, der skal bringe os tættere på målet. Det handler både om helt konkret om at minimere forbrug og gøre det nødvendige forbrug klimavenligt og bæredygtigt. Desuden mere generelt om at udbrede viden og fakta om bæredygtig udvikling og sætte klare mål for den udvikling, vi ønsker.



VEJEN TIL MÅLET

- #1** Turisme- og oplevelseserhvervet skal nedbringe energiforbruget og benytte mere grøn energi
- #2** Mindre madspild, bedre genanvendelse og nye produkter skal sikre bedre ressourceanvendelse
- #3** Mere bæredygtig mad på spisestederne skal ske via øget udbud af lokale og sæsonbestemte råvarer såvel som økologiske og miljømærkede råvarer
- #4** Mere klimavenlig transport både via luft, vand og land gennem forpligtende udviklingspartnerskaber
- #5** Mere og bedre viden om bæredygtig turisme skal fremme og målrette indsatsen
- #6** Danmark skal have en strategi for bæredygtig turisme med klare mål og øget markedsføring

#1

MINDRE FORBRUG & MERE GRØN ENERGI

Turisme- og oplevelseserhvervet skal nedbringe energiforbruget og benytte mere grøn energi.

Der er behov for at mindske udledningen af verdens CO² og dermed minimere de negative effekter af udledningen. Alle skal gøre en indsats for at bidrage til at nedbringe CO²-belastningen.

Dette er ikke en ny indsats i turisme- og oplevelseserhvervet. Erhvervet er storforbruger af el, vand og varme og har i mange år arbejdet for at nedbringe forbruget. Det er sundt fornuft for en god forretningsmand at finde veje til at mindske forbrug og minimere omkostninger, uden at det går ud over produktet eller gæstens oplevelse.

Selvom CO²-forbruget er faldende per hotelovernatning og per omsat krone i restaurant-erhvervet, så forventer vi fortsat vækst i erhvervet, og det forpligter til, at vi skal fortsætte den gode udvikling.

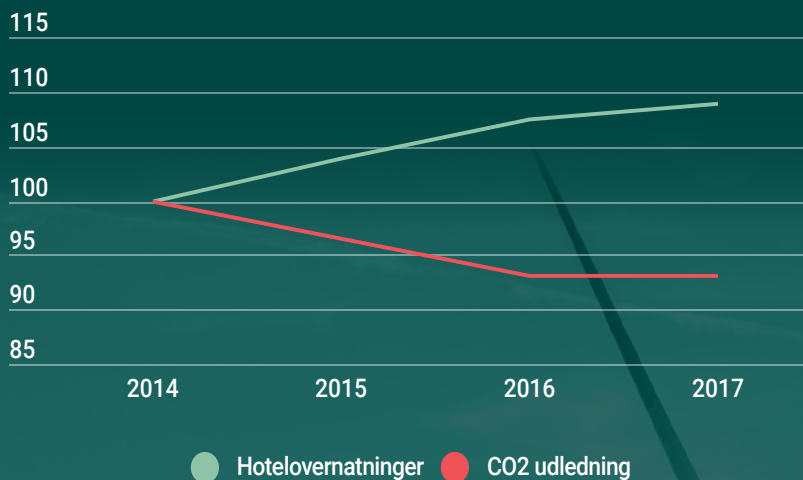
Mange af de lavthængende frugter er allerede plukket. Men dem, som er tilbage, skal høstes og nye teknologiske muligheder skal benyttes. Denne omstilling til mindre forbrug og mere grøn energi kræver oftest store investeringer for typisk små og mellemstore virksomheder. Ikke alle virksomheder har midler til langsigtede investeringer med længere tilbagebetalings-tid, derfor kræver de større forbedringer en understøttende, offentlig indsats og gode finansieringsmodeller.

Samtidig er det en kendt udfordring, at mange af erhvervets virksomheder lejer sig ind i ejendomme, og dermed har ingen eller begrænset indflydelse på bygningens muligheder for energiforbedringer. Der er derfor behov for at skabe nye partnerskaber og incitamentsmodeller i relationen mellem ejer og lejer.

FACTS AND FIGURES:

Overnatningserhvervet reducerer CO² udledning på trods af høj vækst

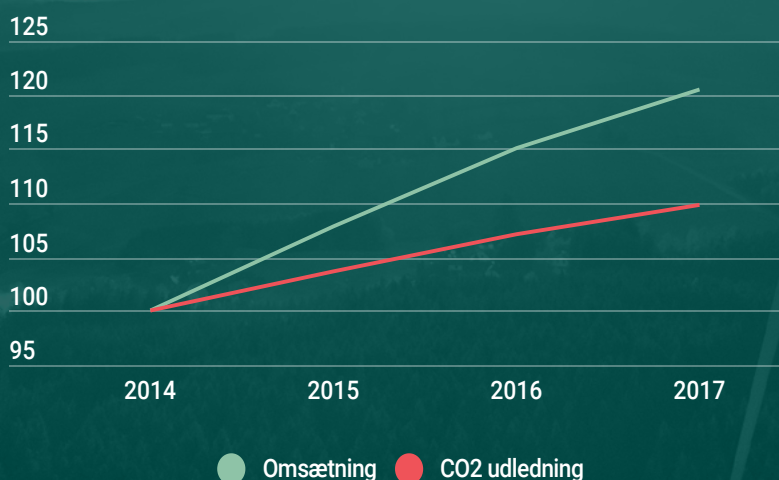
Antallet af overnatninger er steget med 9 pct. fra 2014 til 2017. I samme periode er CO² udledningen per gæst faldet med 14 pct., og den samlede CO² udledning er faldet med 7 pct. Erhvervet har med andre ord formået at skabe en bæredygtig vækst gennem en reduktion af CO² både totalt og relativt sideløbende med de høje vækstrater i antallet af overnatninger.



*Hoteller mv. inkluderer hoteller, feriecentre, campingpladser og vandrerhjem.
Reference: Statistikbanken, Danmarks Statistik, DRIVHUS & TURIST*

Restauranterhvervet udleder mindre CO² per gæst

Restauranterhvervet er – og har været – et vigtigt væksterhverv i Danmark i de seneste år. Væksten i omsætningen i erhvervet har været på 20 pct. fra 2014 til 2017. Dette har medført en stigning i den samlede udledning af CO², men mindre end erhvervets vækst og CO² udslippet per gæst er blevet mindre siden 2014.



Indeks 2014 =100

Reference: Statistikbanken, Danmarks Statistik, DRIVHUS & FIKS særkørsel HORESTA.

MINDRE ENERGI- OG VANDFORBRUG

Det mest miljøvenlige forbrug er det, som aldrig bliver brugt. Erhvervet har længe haft fokus på at effektivisere og nedbringe energi- og vandforbrug gennem f.eks. klimaoptimering af bygninger samt styring og reduktion af drift på energiforbrugende installationer. Det er godt for miljøet, og samtidig godt for virksomhedernes økonomi. På den måde kan erhvervets virksomheder være et showroom for bæredygtige og grønne løsninger.

VEJLSØHUS HOTEL & KONFERENCECENTER har som et af de første medlemmer af Green Key arbejdet med at nedbringe deres vand- og energiforbrug i over 20 år.

VINGSTED HOTEL & KONFERENCECENTER har længe arbejdet med at nedbringe energiforbruget, og der er udskiftet til LED og energisparepærer, hvor det er muligt, samt nøglesluk på hotelværelserne.

HOTEL ALSIK er et nybygget hotel, hvor 76 pct. af den forbrugte energi er CO²-neutral. Der er brugt mange forskellige teknologier og løsninger inden for både bygningsdesign og energiforsyning for at opnå den høje procentgrad heriblandt de nyeste energibesparende teknologi fra Danfoss.

GREEN SOLUTION HOUSE er et renoveret byggeri med nybyggede conferencefaciliteter efter Cradle2Cradle og Active House-principperne, der har udviklet 75 grønne løsninger i samarbejde med partnere som VELUX og Isover.

HORESTA fremmer energi- og vandbesparelser i erhvervet gennem rådgivning af medlemmer, fremme af de gode eksempler, deltagelse i projekter som Bæredygtig Bundlinje 2 og ved at tilbyde miljømærker målrettet erhvervets virksomheder. HORESTA etablerer som et nyt tiltag et SusDANEable Business Network, hvor medlemmer kan erfaringsudveksle om energiforbedringer.

”

VI ER NØDT TIL AT STÅ SAMMEN OG LØFTE I PARTNERSKABER, FORDI VI ER EN LILLE HOTELKÆDE, SÅ VI KAN JO IKKE FLYTTE DET HER ALENE. MEN VI KAN INSPIRERE OG MOTIVERE HINANDEN I BRANCHEN.

*Kari Brandsgård
Direktør Sinatur Haraldskær*



MERE GRØN ENERGI

Mange af erhvervets virksomheder er gået over til grøn strøm eller til at producere deres egen vedvarende energi.

CROWNE PLAZA har solceller på det meste af facaden, og klimaanlæg baseret på køling fra grundvand.

HOTEL MARRIOTT bliver kølet med vand fra havnen.

SINATUR SKARRILDHUS producerer med egen vindmølle og solceller mere strøm end de bruger. Sinatur Hotel & Konference vil være en CO²-positiv virksomhed inden 2030.

SALTOFTEHUS producerer mere energi, end der forbruges, da hele Saltoftehus og Saltofte Gods opvarmes af et moderne CO²-neutralt halmfyr, mens solceller forsyner ejendommene med strøm.

HORESTA tilbyder medlemmer grøn strøm via Norsk Elkraft og fremmer vedvarende energi via rådgivning og miljømærker som Green Key og Green Restaurant.

DET SKAL VI GØRE

Erhvervet og HORESTA skal ...

- Nedbringe forbrug af vand og energi samt omstille til mere grøn og vedvarende energi
- Øge antal af miljømærkede virksomheder f.eks. med Green Key
- Bidrage med CO²-kompensation i Danmark
- Udrulle måle- og benchmarksystemet "The Hotel Carbon Measurement Initiative" (HCMI) som basis for flere forbedringer. Systemet er udviklet af International Tourism Partnership, World Travel & Tourism Council, KPMG og 23 globale hotelkæder

Det skal også ske ...

- Øge offentlig medfinansiering af og lånemuligheder til energirenoveringer og -optimeringer
- Investere i nye teknologier, der både skaber energioptimering og bedre oplevelser
- Fremme 'Grønne lejekontrakter' mellem ejer og lejere som en ny forretningsmodel for at skabe incitament til elbesparelser i erhvervsejendomme
- Spredte de gode eksempler og intensivere oplysningsindsatsen





#2

MINDRE MADSPILD, AFFALD & PLAST

Mindre madspild, bedre genanvendelse og nye produkter skal sikre bedre ressourceanvendelse.

Verden har et øget affaldsproblem. Der er særlig fokus på, at alt for mange fødevarer ikke bruges, og dermed bliver til madspild, og at plast desværre ender i naturen til skade for dyr og planter.

Erhvervet har længe fokuseret på madspild, fordi størst mulig udnyttelse af råvarerne, også kaldet køkkenprocent, giver bedst mulig økonomi. Der er derigennem oparbejdet en stor viden og mange arbejdsprocedurer til at udnytte råvarerne optimalt. Den viden og det håndværk kan komme alle til gode, og de gode ideer skal deles, så vi alle bliver bedre til at mindske madspildet – også i de danske husstande, hvor spildet er størst.

Erhvervet har længe sorteret sit affald, men kan blive endnu bedre og sikre større genbrug og genanvendelse. Den bedste løsning er dog at producere mindre affald og omstille produktionen, så affaldet bliver mindre skadeligt for naturen. Erhvervet går nu foran og stiller endnu større krav til leverandører om f.eks. at minimere plast og emballage. Der arbejdes på at finde bedre og nedbrydelige produkter f.eks. til events, fast food og take away, og her er der brug for en understøttende og incitamentsskabende politisk indsats.

MINDRE MADSPILD

Restauranterhvervet går mange steder forrest, når det handler om at begrænse unødigt spild af mad. De mange dygtige medarbejdere og madprofessionelle i erhvervet har respekt for råvarerne. En sund tilgang til madspild betyder både mad til flere gæster og mindre mad i skraldespanden. Det er godt både for klimaet og for restauranternes økonomi. Erhvervet kan i høj grad være med til at inspirere de danske husstande, hvor madspildet i dag er størst.

FAZER FOOD SERVICES har et mål om at reducere madspild i alle dele af værdikæden. Fazer bruger innovative "nudging"-teknikker til at "puffe" gæsterne i den rigtige retning og har udviklet mere og mere avancerede målemetoder, der kan følge op på deres aktiviteter og tiltag.

JESPERS TORVEKØKKEN har sænket deres madspild med mindst 30 pct. på deres frokostordninger. De har udviklet et system, som kan styre størrelserne på kundernes frokostbuffeter og gøre det muligt at justere mængderne af alt fra grøntsager, til pålæg, varme retter og toppings. Resultatet er tilpassede frokostbuffeter til kunderne og markant mindre spild af friske og lækre fødevarer.

HOS TETZLAFF i Løgstør skal alle ansatte igennem agurkeprøven, som handler om at bruge hele agurken og dermed spare kr. 12.500 om året på bare denne ene råvare.

HORESTA har gennemført kampagnen "Elsker mad og reducerer spild", hvor kokke gav råd om madspild til hinanden. De gode råd og historier kan findes på Facebook under elskermadogreducererspild. Kampagnen var meget succesfuld og vil danne grundlag for yderligere initiativer.

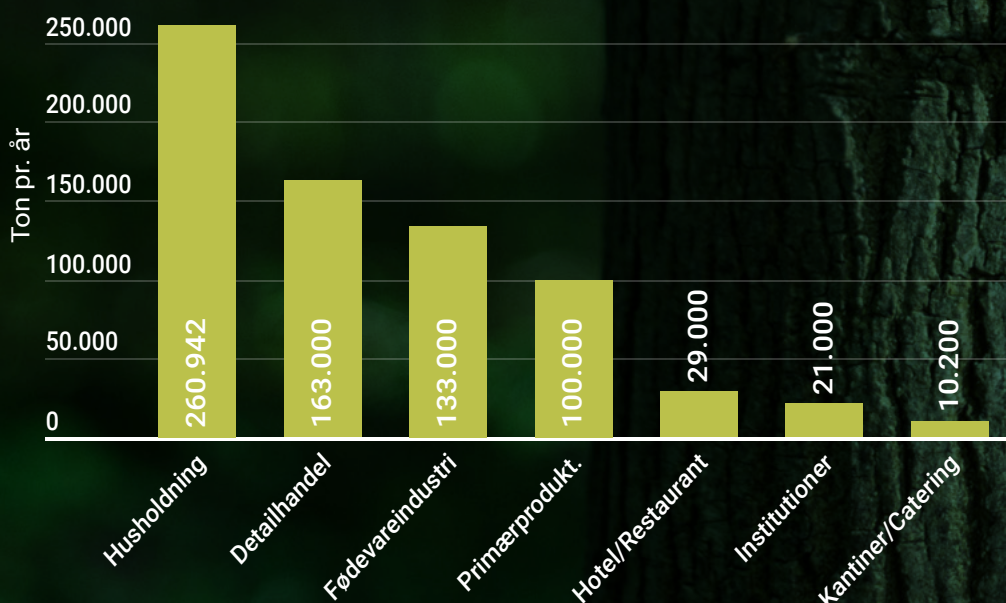
FACTS AND FIGURES:

Hoteller, restauranter og kantiner står for kun 5,5 pct. af madspildet i Danmark

I 2014 blev det danske madspild kortlagt, og det viste, at madspild på hoteller, restauranter og kantiner udgør kun 5,5 pct. af det danske madspild.

Selvom køkkener på hoteller, i restauranter og kantiner kan karakteriseres som en normal husholdning blot i langt større målestok, er der mange års erfaringer med at skabe effektive processer til håndtering af affald både for at nedbringe spild af råvarer og for at opnå stordriftsfordele. Og resultatet er tydeligt. Madspildet er nedbragt med succes.

MINDRE PLAST



Kilde: Miljøstyrelsen, Kortlægning af madaffald i servicesektoren – detailhandel, restauranter og storkøkkener (2014)

Erhvervet er allerede i gang med at nedbringe forbruget af plast og finde alternative produkter, som samtidig kan leve op til de mange fødevarekrav og give en god oplevelse for gæsterne. Restauranter, hoteller og konferencesteder serverer samtidig i stor stil postevand i flotte flasker og karafler i stedet for kildevand.

THE SQUARE HOTEL, 71 NYHAVN OG COPENHAGEN STRAND tilbyder gæsterne at få slukket deres tørst uden brug af plastikkrus eller køb af kildevand og har i receptionen opstillet en vandbeholder, hvor gæsterne kan fylde deres vandflaske op eller tage et glas vand.

SUNSET BOULEVARD har sagt farvel til 3 millioner sugerør, 3 millioner sodavandslåg, 150.000 plastikgafler og 150.000 plastikskeer om året på de 44 restauranter landet over.

HORESTA arbejder for, at der udvikles nye produkter og ny emballage, der kan indgå i genanvendelse/ kompostering og samtidig lever op til de helt centrale krav omkring fødevaresikkerhed. Og endvidere at der skabes sikkerhed for en miljømæssig korrekt affaldsbehandling af nedbrydelige produkter.

”

JEG ER STOLT AF, AT VI ALLEREDE NU HAR KUNNET PRÆSENTERE EN BETYDELIG REDUKTION I MÆNGDEN AF VORES FORBRUGERVENDTE EMBALLAGE- OG PLASTIKFORBRUG. VI GØR OS INGEN ILLUSIONER OM KONSTANTE KVANTESPRING, MEN ØNSKER AT FORTSÆTTE ARBEJDET MED MERE MILJØRIGTIGE LØSNINGER, I TAKT MED AT DE UDVIKLES OG VORES EVNER TIL AT IMPLEMENTERE DEM STYRKES.

*Jens Broch,
Adm. direktør Sunset Boulevard.*



BEDRE GENANVENDELSE

Turist- og oplevelseserhvervet har længe sorteret sit affald, så det genbruges og genanvendes. Men erhvervet kan og vil blive endnu bedre.

WAKEUP hotellerne lader gæsterne sortere deres affald i lobby og på gange.

SUSHIMANIA har indgået samarbejde med Too Good To Go, der lever af at videresælge mad, som før blev smidt ud, så de ikke-solgte prepakkede sushibokse går ikke længere til spilde.

JESPERS TORVEKØKKEN har anskaffet et komposteringsanlæg, som reducerer bioaffald med op til 90 pct.

GREEN SOLUTION HOUSE har genanvendt gamle materialer fra deres ombygning til stier og vejbelægning og istandsat slidte møbler fremfor at købe nye.

HORESTA vil med piktogrammer, rådgivning og mærkningsordninger som Green Key og Green Restaurant hjælpe virksomhederne yderligere på vej i forhold til sortering, genanvendelse og donering af produkter. Således skal gæster på Green Key hoteller informeres om, hvor de kan placere flasker, aviser, pap etc., så personalet sikrer genanvendelse.

DET SKAL VI GØRE

Erhvervet og HORESTA skal ...

Erhvervet skal sikre mindre forbrug ved at...

- Etablere leverandørpartnerskab for at købe klimavenlige og lokale varer og mindske/genbruge den emballage, som varerne leveres i
- Fremme brug af postevand på spise- og overnatningssteder – og sikre mulighed for at tage betaling for servicen
- Mindre madspild gennem fortsat indsats og videndeling – med frivillighed og respekt for forskelligheder
- Gøre det i højere grad til et tilvalg for gæsten at få f.eks. et sugerør i drikken eller et låg til kaffekoppen

DET SKAL OGSÅ SKE ..

Bedre genanvendelse ved at ...

- Sikre ens affaldssortering og lettere affaldssortering i hele Danmark
- Udvikle og udvide pantsystemer med yderligere emballage og til brug for f.eks. events
- Etablere en doneringsbank for genbrug af møbler, inventar og tekstiler
- Sikre valide og nemme målemetoder af madspild

Nye og bedre produkter gennem at ...

- Forske mere i produktudvikling og have tålmodighed til at markeder og produkter modner



#3

MERE BÆREDYGTIG MAD

Mere bæredygtig mad på spisestederne skal ske via øget udbud af lokale og sæsonbestemte råvarer såvel som økologiske og miljømærkede produkter.

Dansk gastronomi er inde i en guldalder med stort fokus på innovation, høj kvalitet og gode råvarer, hvilket har resulteret i stor international anerkendelse.

Danske spisesteder har stor fokus på bæredygtig mad og gør i høj grad brug af lokale og sæsonbestemte råvarer såvel som økologiske og miljømærkede produkter. Mange spisesteder går skridtet videre ved at etablere egne køkkenhaver og sikre egen produktion af råvarer.

Der er flere værktøjer i værktøjskassen til at fremstille mere bæredygtig mad. Det er særlig vigtigt, hvis bæredygtighed ikke er afgørende for gæsterne i købssituationen, at indsatsen sker med respekt for de enkelte spisesteders koncept og forskellighed. Ikke alle kan eller skal servere vegetariske retter eller fuldt ud økologiske måltider.

Her er det vigtigt, at spisestederne går kreativt og varieret til værks og på den måde inviterer hele den danske befolkning med på en mere bæredygtig gastronomisk rejse.

MERE BÆREDYGTIG MAD

Danske spisesteder har allerede stort fokus på bæredygtig mad og gør i høj grad brug af lokale og sæsonbestemte råvarer såvel som økologiske og miljømærkede produkter.

SVINKLØV BADEHOTEL har sammensat menuer ud fra de af sæsonens råvarer, der netop er trukket op af jorden eller fisket i havet samme morgen. Alt er økologisk og lavet fra bunden.

RESTAURANT TI TRIN NED dyrker sine egne økologiske grøntsager. Køkkenhaven leverer cirka 80 pct. af grøntsagerne til restauranten. Grøntsagsaffaldet fra køkkenet bliver komposteret og indgår i restaurantens eget økosystem.

DRAGSHOLM SLOT benytter altovervejende lokale leverandører og urter fra egen have. Det tætte samarbejde med lokale, økologiske landmænd skaber bæredygtige, kulinariske madoplevelser.

RESTAURANT RELÆ er blevet kåret som verdens mest bæredygtige restaurant og har modtaget Sustainable Restaurant Award.

STYRBÆKS har med "Smagen af Fyn" sat fokus på lokale råvarer og produkter.

MCDONALD'S har lanceret kødfrie burgere og har i dag tre vegetariske burgere. I 2016 var der ingen.

STICKS'N'SUSHI var den første danske MSC-certificerede restaurant.

LETZ SUSHI serverer kun certificeret, bæredygtig fisk og økologiske sushi-ris.

HORESTA vil sætte yderligere fokus på bæredygtig mad gennem medlemsmøder og lancering af Green Restaurant samt øge viden om og redskaber til at tilbyde mere plantebaseret mad.

MERE ØKOLOGI

Økologi er blevet mere udbredt i udespise-erhvervet, og de fleste spisesteders økologiprocent er stigende. Et stigende antal spisesteder i erhvervet bliver tildelt Det Økologiske Spisemærke, og på Green Key hoteller har 44 ud 139 overnatnings- og konferencesteder Det Økologiske Spisemærke.

GULDSMEDEN, BIOMIO, SUBSTANS OG KORSØR MADMARKED har guld-mærke og dermed over 90 pct. økologi.

SINATUR OG AAMANN'S har netop begge modtaget sølv-mærke, som står for 60-90 pct. økologi.

FAZER FOOD OG HJERTING BADEHOTEL har bronze-mærke, som er 30-60 pct. økologi.

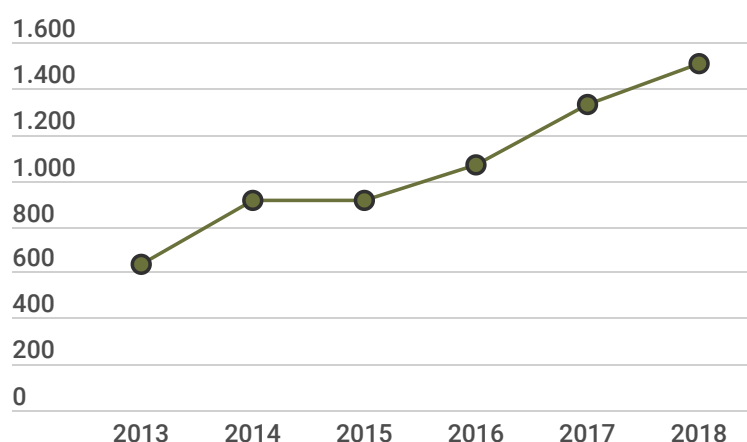
Se hvem der har Det Økologiske Spisemærket, og hvad kriterierne er på oekologisk-spisemaerke.dk



FACTS AND FIGURES:

Økologiforbruget i privat foodservice mere end fordoblet på 5 år

På tværs af foodservicebranchen er det økologiske forbrug steget med 131 pct. siden 2013. Alene fra 2017 til 2018 steg forbruget med 15 pct. Det vidner om, at efterspørgslen efter økologiske produkter er stigende i hele erhvervet. En udvikling vi kan forvente vil forsætte henset til, at danske husholdninger har verdens højeste forbrug af økologiske produkter.

Økologisk forbrug i privat foodservice

Kilde: Danmarks Statistik, Salg af økologiske varer til foodservice 2014-2018

Hoteller, restauranter, caféer og kantiner på offentlige arbejdspladser har totalt set det største økologiske forbrug og har også oplevet den største vækst.

DET SKAL VI GØRE**Erhvervet og HORESTA skal ...**

- I højere grad gøre det til et tilvalg for gæsten at få f.eks. sugerør i drikken eller låg til kaffekoppen
- Øge brugen af lokale og sæsonbestemte fødevarer
- Øge brugen af økologiske fødevarer og øge antal af økologiske spisemærke
- Øge brugen af Green Restaurant-mærket som branchens miljømærke for restauranter og spisesteder, og integrere kriterier fra andre eksisterende miljømærker
- Øge udbuddet af måltider, som tager afsæt i officielle kostråd herunder portionsstørrelser
- Aftage ukurante råvarer

Økologisk forbrug i udespisebranchen (mio. DKK)

Kantiner på offentlige arbejdspladser	157
Kantiner på private arbejdspladser	455
Hoteller, restauranter og caféer	629
Andet (diners transportable, take away)	273
Privat foodservice i alt	1,514

Kilde: Danmarks Statistik, Salg af økologiske varer til foodservice 2018

Offentlige kantiner har den højeste andel af økologiske varer, efterfulgt af kantiner på private arbejdspladser. Der er med andre ord et stort potentiale for at øge volumen af det økologiske forbrug ved at øge økologiandelen på private spisesteder.

Økologiandel af samlet forbrug i udespisebranchen

Kantiner på offentlige arbejdspladser	22,3%
Kantiner på private arbejdspladser	15,3%
Hoteller, restauranter og caféer	6,3%
Andet (diners transportable, take away)	7,0%
Privat foodservice i alt	8,6%

Kilde: Danmarks Statistik, Salg af økologiske varer til foodservice 2018

DET SKAL OGSÅ SKE ...

- Fremme af formidling og synliggørelse af lokale fødevarer og retter gennem etablering af et mærke for 'Local Food'
- Etablere af et mærke for 'Skånsomt Kystfiskeri'
- Støtte til omlægning til cirkulær virksomhedsdrift – det kræver store investeringer og efterspørgslen er oftest ikke stor nok til at få investeringen hjem
- Øge viden om, og lette brug af, planter i menuen med fokus på smag og bæredygtighed

#4

MERE KLIMAVENLIG TRANSPORT

Mere klimavenlig transport både via luft, vand og land gennem forpligtende samarbejder.

Turister og gæster i turisme- og oplevelseserhvervet kommer rejsende på mange måder, og transporten udgør langt den største andel af turisme- og oplevelseserhvervets CO² udledning. Det skal der gøres noget ved, men forbud og skatter er ikke de rette løsninger. I stedet skal der gennem partnerskaber med de forskellige transportbrancher samarbejdes om en omlægning til mere bæredygtig transport både med bil, tog, skib og fly.

Erhvervet er inde i en positiv udvikling. Flyflåden fornyes, og der omstilles til mere miljøvenligt flybrændstof, så CO²-udslip per passager nedbringes. Nye muligheder for offentlig transport med Cityringen og letbaner flytter turisterne til kollektive transportformer. Busser kører i højere grad på el eller brint. Det samme gælder færgefart, og der er stor fokus på at skabe bedre muligheder for cruisetogtskibes brug af landstrøm.

Transport og tilgængelighed er helt afgørende for turisme- og oplevelseserhvervet. Det er derfor utrolig vigtigt, at udviklingen mod mere klimavenlige og bæredygtige transportformer sker hurtigt og med den nødvendige, offentlige hjælp.

FACTS AND FIGURES:

Hoteller opstiller ladestandere til el-biler

DER ER I DANMARK OMKRING 4.000 LADESTANDERE TIL EL-BILER,
HERAF ER DE 140 PÅ HOTELLER OG VANDREHJEM.

Kilde: Clever.dk, eon.dk og tesla.com samt Booking.com

MERE KLIMAVENLIG TRANSPORT TIL TURISTER OG GÆSTER

Turisme- og oplevelseserhvervet vil fremme klimavenlig og bæredygtig transport ved at turistvirksomheder i endnu højere grad informerer om offentlig transport og oplevelser uden motor, udlåner cykler, opstiller ladestandere for elbiler og meget mere.

SMALL DANISH HOTELS har indkøbt ladestandere, så alle kædens medlemmer kan tilbyde opladning til gæsterne. Det enkelte hotel eller kro kan herefter leje eller købe en ladestander alt efter ønske og mulighed.





”

VI VIL GERNE TILTRÆKKE DE GÆSTER, SOM ØNSKER AT REJSE PÅ EN MERE KLIMAVENLIG OG BÆREDYGTIG MÅDE. OG NÅR VI I SMALL DANISH HOTELS TILBYDER LADESTANDERE OVER HELE DANMARK BLIVER DET LET AT REJSE BÆREDYGTIGT.

Hilding Hvid, Formand Small Danish Hotels

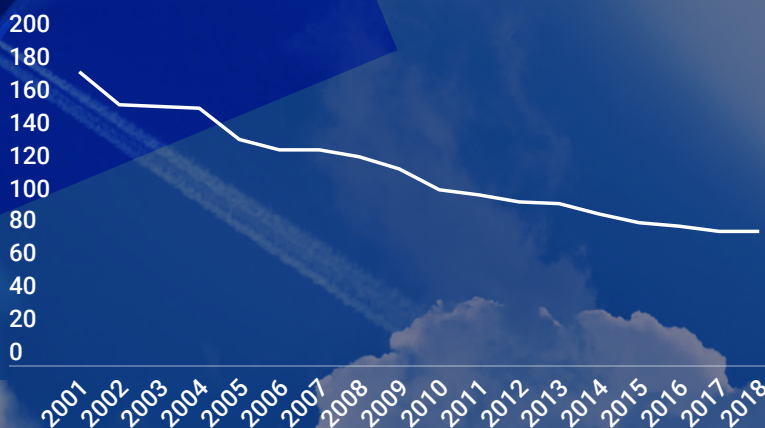
ANDERSEN HOTEL informerer, som alle andre Green Key-hoteller, om offentlig transport, og giver gæsten mulighed for at leje eller låne cykler.

KØBENHAVNS LUFTHAVN vil være CO²-neutral i 2019 og giver f.eks. el-taxaer fortrin, så de kommer forrest i køen.

DAT har lanceret kampagnen IFLYGREENEST og giver passagerer fuld CO²-kompensation for alle indenrigsflyvninger i Danmark.

HORESTA har medvirket til, at det tillægges større betydning i den internationale hotelklassificering Hotels Stars Union, at man tilbyder gæsten ladestander til el-biler og til el-cykler.

FACTS AND FIGURES: CO² udslip per passager-kilometer falder



CO² udslip per passager-kilometer hos Norwegian og SAS er faldet med mere end 50 pct. siden 2001 og var i 2018 83,5 gram CO² per passager-kilometer. Mere moderne fly, smartere trafikafvikling, mere energivenlig flyvning og længere gennemsnitlige flyrejser bidrager til nedgangen.

Kilde: Tal fra selskabernes årsrapporter fra Klimagassutslipp knyttet til norsk reiseliv, Svein Thompson, august 2019, på opdrag af NHO Reiseliv.

DET SKAL VI GØRE

Erhvervet og HORESTA skal ...

- Tilbyde gæster at lån/leje cykler, el-løbehjul m.v.
- Etablere flere ladestationer til el-biler og bidrage til at styrke infrastruktur for el-biler
- Anbefale gæsten at benytte kollektiv transport – særligt i de store byer
- Indgå aftaler med taxi-selskaber med klimavenlig transport og el-biler
- Arrangere fælles kørsel mellem flere overnatningssteder til f.eks. lufthavn eller færge, og etablere buskørsel og transitruter til spillesteder og events

DET SKAL OGSÅ SKE ...

- Turistens transportformer og CO² aftryk skal kortlægges – og der skal sættes mål for reduktion
- Der skal indgås forpligtende partnerskaber med transportbranchen, forsknings- og videninstitutioner for at fremme klimavenlige brændstoffer, teknologier og transportformer
- Krydstogtskibenes udledning skal nedbringes gennem etablering af landstrømsanlæg
- Hoteller og restauranter skal have tilladelse til at transportere gæster til/fra egen virksomhed





#5

MERE VIDEN OM BÆREDYGTIGHED

Mere og bedre viden om bæredygtig turisme skal fremme og målrette indsatsen.

Der er brug for mere viden om bæredygtig turisme og bæredygtige oplevelser i alle dets facetter, og om hvordan gæsterne kan motiveres til at tage medansvar ved at træffe bæredygtige valg.

Dansk turismeforskning er fragmenteret og svært tilgængelig. Der er brug for at styrke både den generelle forskning i turisme og mere konkret forskning i bæredygtig turisme på både strategisk og operationelt plan.

Der er også brug for at skabe klarhed over de parametre, vi skal måle på, og at sikre indsamling af de relevante data. Her er Danmarks Statistik en afgørende aktør, ligesom FNs turismeorganisation, UNWTO, er det på globalt plan.

Viden om bæredygtig adfærd og arbejdsmetoder skal formidles til erhvervets personale. Her er det vigtigt, at uddannelsesinstitutionerne integrerer den nyeste viden i undervisningen, og at virksomhederne bidrager til at opkvalificere eksisterende medarbejdere.

BÆREDYGTIG ADFÆRD ER EN NATURLIG DEL AF DAGLIGDAGEN

Turisme- og oplevelseserhvervet er en 'people-business'. Personalet er den vigtigste råvare og består af mange nationaliteter med forskellige uddannelsesretninger og med varierende fokus på vigtigheden af en bæredygtig indsats. Derfor er det afgørende, at det bæredygtige arbejde integreres som en naturlig del af hverdagen og i øvrigt, uden at det går udover gæsternes oplevelse. Unge vælger i stigende grad arbejde og arbejdsplads ud fra deres værdier. Bæredygtighedsindsatsen kan derfor bidrage til at tiltrække motiveret og dygtig arbejdskraft til erhvervet og samtidig fungere som showroom for erhvervet og som inspiration for indsatsen i hjemmet.

RADISSON HOTEL GROUP lancerede i 2001 uddannelsesprogrammet "Responsible Business" for de ansatte med fokus på bæredygtig indsats. I midten af 2019 har Radisson fornyet uddannelsesprogrammet med titlen "Living and Leading Responsible Business", som skal implementeres over hele verden.

”

MINE NØGLEORD ER KVALITET,
FOKUS OG BÆREDYGTIGHED.

*Christian Wellendorf, verdens bedste kommis
og holdkaptajn for Kokkelandsholdet.*



COMWELL har integreret et nyt madkoncept, hvor ambassadører fra hvert køkken gennemfører en Comwell Food Coordinator-uddannelse i samarbejde med Hotel- og Restaurant-skolen. Øvrige ansatte er også blevet opkvalificeret i at arbejde med bæredygtighed. Resultatet er større engagement og loyalitet hos medarbejderne.

HORESTA har sammen med 3F igangsat projektet 'JA TAK til efteruddannelse', hvor der også er fokus på at sikre virksomhederne adgang til den nødvendige og efterspurgte uddannelse blandt andet inden for bæredygtighed. HORESTA ønsker endvidere sammen med resten af efteruddannelsesudvalget for Køkken-, Hotel-, Restaurant-, Bager-, Konditor- og Kødbranchen at gennemføre en analyse, der sætter fokus på bæredygtighed på tværs af udvalgets brancherområder med det formål at udvikle en tværgående uddannelse i bæredygtighed.

DET SKAL VI GØRE

Erhvervet og HORESTA skal ...

- Bidrage til at oplyse danskerne om bæredygtig og klimavenlig madlavning. De madprofessionelles viden og værktøjer skal spredes, hvad enten det er i en videoguide, en kampagne til danskerne eller i skolekøkkenet til børnene.
- Udvikle online-uddannelser for både nye og eksisterende medarbejdere inden for bæredygtig virksomhedsdrift m.v.
- Indgå samarbejde med erhvervsskoler og andre uddannelsesinstitutioner om øget uddannelse og videndeling inden for bæredygtighed i erhvervet

Det skal også ske ...

- Prioritering og koordinering af dansk turismeforskning med fokus på bæredygtig turisme
- Information til den bæredygtige turist om, hvordan gæsten kan rejse, handle og opføre sig bæredygtigt
- Støtte til innovation og udvikling af bæredygtige fødevarer og produkter med inddragelse af de madprofessionelle på spisestederne
- Støtte til udvikling af – og innovation i – cirkulær virksomhedsdrift

#6

KLARE MÅL & MARKEDSFØRING

Danmark skal have en strategi for bæredygtig turisme med klare mål og øget markedsføring. Dansk turisme – og Danmark som destination – har en unik mulighed for at blive verdens førende inden for bæredygtig turisme. For mere end 20 år siden, og før nogen andre lande snakkede om bæredygtige destinationer, udviklede Danmark 'Destination 21', der var en certificering af bæredygtige destinationer. Men hverken Danmark eller resten af verden var på det tidspunkt endnu klar til det.

Danmark afholdt i 2009 det første klimatopmøde, hvor der var fokus på at nedbringe klimabelastningen. Arrangementet blev ISO-certificeret for sit bæredygtige fokus. Det var første gang, at en international, politisk konference opnåede denne status. Det danske EU-formandskab i 2012 blev ligeledes afholdt bæredygtigt og ISO-certificeret - og efterfølgende omdøbt til EU Tap Water Presidency.

Også de danske byer gør en indsats for at agere bæredygtigt. København ligger f.eks. nummer to i det anerkendte Global Destination Sustainable Index, og byen ønsker at være klimaneutral i 2025.

Danmark har mange løsninger til at fremme en bæredygtig udvikling som f.eks. demonstreret i State of Green. Danmark er – og skal være – et showroom for resten af verden, når det gælder viden og tekniske løsninger, som kan skubbe verden i en mere grøn og bæredygtig retning. Her er det helt oplagt at medtænke turisme- og oplevelseserhvervet.

”

FOR OS HAR DET VÆRET NEMT AT KOMME I GANG MED BÆREDYGTIGHEDS-ARBEJDET, DA MANGE AF VÆRDIERNE I VIRKELIGHEDEN UDSPRINGER AF VANDREHJEMS-FILOSOFIEN. VORES VIRKSOMHEDER SKABER RAMMERNE FOR FÆLLESSKAB, SOCIAL OMTANKE OG RESPEKT FOR HINANDEN, OG DET FUNDAMENT HAR DANNET UDGANGSPUNKT FOR VORES HANDLINGS-PLAN PÅ BÆREDYGTIGHED, SOM ALLE VORES FLERE END 60 DANHOSTELS BAKKER OP OM.



*Poul Kristian Mouritsen,
Formand for Danhostel.*



”

VI HAR BYGGET ET STÆRKT TEAM OP AF PASSIONEREDE MENNESKER, SOM ALLE ER MEDVIRKENDE TIL, AT KONCEPTET UDVIKLER SIG, OG AT BÆREDYGTIGHED ER I FREMDRIFT. MAN KAN IKKE HVILE PÅ LAURBÆRRENE, NÅR MAN ARBEJDER MED BÆREDYGTIGHED I ALLE ASPEKTER AF DEN DAGLIGE DRIFT, DA MAN HELE TIDEN LÆRER NOGET NYT, OG NYE MULIGHEDER OPSTÅR.

*Sandra Plesner Weinert,
Ejer af Guldsmeden Hotels.*



STÆRKE KÆDER, ORGANISATIONER OG DESTINATIONER DRIVER ARBEJDET

Dansk Turisme har en national strategi, som er ved at blive opdateret med særligt fokus på bæredygtig turisme. Arbejdet med bæredygtig turisme har derfor primært været drevet frem af erhvervslivet og et stærkt engagement fra destinationer og organisationer.

WONDERFUL COPENHAGEN bruger bæredygtighed til at tiltrække gæster til København især inden for erhvervsturisme samt store konferencer og kongresser. Wonderful Copenhagen har vedtaget en strategi for bæredygtig turisme "Tourism for Good" og er blevet verdens første Green Tourism Organization, hvilket er et miljømærke for destinationer udviklet i samarbejde mellem Friluftsrådet og HORESTA.

DESTINATION BORNHOLM fokuserer på bæredygtighed under overskriften The Bright Green Island. Bornholm har 8 Bornholmermål og vil i 2035 være et bæredygtigt og klimavenligt ø-samfund. Bornholmerne tror på, at en holdbar fremtid for øen handler om at udnytte og værne om fælles ressourcer på klog og bæredygtig vis.

DANHOSTEL arbejder hver dag med FNs Verdensmål og på at skabe trygge, bæredygtige rammer til fællesskab og samvær. Derfor er der udarbejdet et 'Danhostels FN Verdensmål-manifest', hvor kædens 63 hostels forpligter sig til mere bæredygtig drift og adfærd – også over for gæsterne.

ILOVEECOHOTELS.COM er en international bookingportal for miljøcertificerede hoteller skabt af ejerne af Guldsmeden Hotels for at øge gæsternes mulighed for at træffe et miljøvenligt og bæredygtigt valg. Her går 10 pct., af kommissionen til at støtte The Travel Foundation.

HORESTA arbejder for en mere aktiv og offensiv tilgang til bæredygtig turisme, som skal udmøntes i en strategi. Danmark skal være verdens førende destination inden for bæredygtig turisme og bæredygtige oplevelser – og erhvervet skal være verdens mest bæredygtige turisme- og oplevelseserhverv.

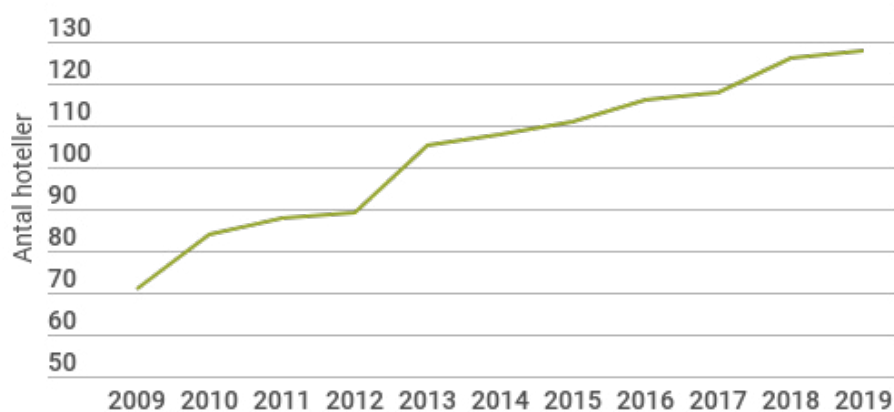
DET SKAL VI GØRE

- Der skal udarbejdes en strategi for bæredygtig, dansk turisme, og Danmark skal sikres en førerposition inden for bæredygtig turisme. En strategi skal indeholde klare mål og initiativer, som understøtter de fremhævede fokusområder. Herudover indgår følgende initiativer under dette punkt:
 - Der skal skabes et samlet overblik over bæredygtige initiativer i dansk turisme- og oplevelseserhverv, og de skal synliggøres på eksisterende markedsføringportaler
 - Der skal indgås samarbejde med OTAer om at synliggøre det bæredygtige valg for turisten
 - Markedsføring af Danmark som en bæredygtig destination skal øges
 - Der skal igangsættes nye initiativer såsom en grøn Marguerite-rute, og udvikling af nye, bæredygtige pakkerejser skal støttes

FACTS AND FIGURES:**71 pct. flere Green Key-hoteller på 10 år**

I Danmark har vi længe vist vejen for miljødelse på turistvirksomheder. Antallet af Green Key-certificerede hoteller er de sidste 10 år steget med 71 pct. I Danmark står de mere end 140 Green Key-mærkede virksomheder for over 40 pct. af overnatningerne.

Green Key er en international førende miljømærkningsordning, der blev etableret med HORESTA som hovedaktør i 1994. Ordningen er i dag udbredt til 58 lande og rummer over 3.000 certificerede turistvirksomheder på verdensplan. Mange findes på vores nærmarkeder og i resten af Europa, men ordningen er global og findes eksempelvis også i Mexico, Japan, Sydafrika og Jordan. Green Key har internationale aftaler med blandt andre Radisson Hotels og Wyndham.

10-årig udvikling i Green Key (hoteller)

Kilde: HORESTA

DET SKAL OGSÅ SKE

- Der skal satses på erhvervsturisme inden for bæredygtighed, og State of Green skal udvides til også at omfatte bæredygtige turismeprodukter, oplevelser og servicetilbud
- Bæredygtige tiltag som local cooking og miljømærkninger skal støttes og udbredes
- Der skal etableres nye, troværdige miljømærker som sikrer en bred indsats i hele branchen via mærker som Green Restaurant, Green Tourism Organization og Green Camping
- Destination 21-konceptet skal genoplives, så destinationer kan mærkes som bæredygtige destinationer
- Danmark er ikke ramt af overturisme. Udvalgte steder kan i særlige perioder blive overbelastet og generet af turismen. Der skal gøres en indsats for at minimere eventuelle gener ved turismen. Her kalder konkrete udfordringer på konkrete løsninger og mere generelt at sprede turisterne over større områder og året rundt

KOM VIDERE MED HJÆLP FRA HORESTA

Læs mere om erhvervets fokus på verdensmålene på www.horesta.dk/verdensmaal og find gode eksempler fra virksomhederne. Her er også en praktisk guide til at arbejde strategisk og udviklingsorienteret med verdensmålene udviklet af McKinsey&Company. Og som supplement hertil en inspirationsliste, hvor verdensmålene er forsøgt brudt helt ned til konkrete og håndgribelige tiltag i virksomhederne.

Medlemmer af HORESTA kan modtage rådgivning og sparring ved henvendelse til Green Key Sekretariatet eller blive del af de netværk, som arbejder med bæredygtighed i erhvervet. HORESTAs SusDANEable netværk arbejder blandt andet med fokus på krav til leverandører og erfaringsudveksling om madspild, uddannelse af ansatte og miljørigtig adfærd. Få mere viden om HORESTAs indsats og netværk på horesta.dk/susdaneable.

HORESTA kan tilbyde en række miljømærkningsordninger udviklet af og til erhvervet som et styringsværktøj og hjælp til virksomhedernes miljøledelse.

Find mere information om:

- **GREEN KEY** til overnatningssteder på www.greenkey.dk
- **GREEN SPORT FACILITY** til sportshaller og idrætsanlæg på www.greensportfacility.dk
- **GREEN TOURISM ORGANIZATION** på www.greentourismorganization.dk
- **GREEN RESTAURANTS** på www.greenrestaurant.dk

TOGETHER
FOR A
SUSDANEABLE
FUTURE!



HÖRESTA

Denne tryksag er trykt under dokumenteret bæredygtige forhold.
Tryksagen er derudover Svanemærket 5041 0134 og FSC®-certificeret, FSC®-C134691.

Produceret af HORESTA • November 2019