

Übersetzung Podcast mit Louise Bates zum Thema Nachhaltigkeit & Hotels

Natascha Kreye, Pressesprecherin TUI Hotels & Resorts:

Louise Bates, ich freue mich sehr, dich hier bei TUIs „Sustainability Vision Workshop“ zu treffen. Du bist nicht nur einer der Managing Directors von TUI Blue, sondern verantwortest auch unsere Konzepthotels. Wie lautet deine Vision für die kommenden zehn Jahre und die nachhaltige Entwicklung unserer Hotels?

Louise Bates, Managing Director TUI Blue & Hotel Concepts:

Vielen Dank, Natascha. Auch ich freue mich sehr, hier zu sein. Ich bin fest davon überzeugt, dass Nachhaltigkeit ein zentrales Element des Produktangebots für unsere Kunden sein muss. Für mich zeigt sich sehr deutlich, dass dieses Thema wirklich wichtig für unsere Teams wie auch unsere Kunden ist. Ganz gleich ob jeder von uns mit den Nachhaltigkeitsmaßnahmen einverstanden ist oder nicht, wir werden sie im Interesse unserer Mitarbeiter und Gäste durchführen. Meine Vision sieht also vor, dass Nachhaltigkeit zu einem wichtigen Alleinstellungsmerkmal für unsere Marken wird, insbesondere für die Marke TUI Blue. Hier haben wir eine Reihe ehrgeiziger Ziele festgelegt, um dies zu realisieren.

Natascha Kreye:

Du sagtest gerade, dass ihr sehr ehrgeizige Ziele festgelegt und eine Initiative mit zehn Maßnahmen für unsere Flagship-Hotelmarke auf den Weg gebracht habt, mit denen die Hotels zu einer besseren Welt beitragen wollen. Warum ist Nachhaltigkeit zu einem so wichtigen Element der Wachstumsgeschichte von TUI Blue geworden?

Louise Bates:

Dafür gibt es eine ganze Reihe von Gründen. Wer wie wir gern reist und diese Orte erlebt, möchte, dass diese Destinationen nicht zerstört werden. Wir lernen auch gern die Menschen in den Destinationen kennen, und wollen, dass es der Bevölkerung vor Ort dank unserer Besuche besser geht. Und natürlich sehen unsere Kunden das genauso. Daher ist es wichtig, dies zu ermöglichen – aber auch, unseren Kunden davon zu berichten. Seit Jahren erzielen wir bei TUI große Fortschritte beim Thema Nachhaltigkeit, doch häufig sind derartige Dinge für die Kunden nicht sichtbar. Die zehn Maßnahmen der TUI Blue-Nachhaltigkeitsinitiative lassen sich wirklich gut kommunizieren. Hier können wir unsere Fortschritte messen und unsere Kunden in die Maßnahmen mit einbinden.

Natascha Kreye:

Ihr fangt aber auch nicht bei Null an. Es gibt bereits zahlreiche Best-Practice-Beispiele. Hast du dich bei deinen Besuchen in den Hotels selbst davon überzeugen können?

Louise Bates:

Ja, in der Tat, und auch unsere Partner engagieren sich bei diesem Thema sehr stark. Viele von ihnen stammen ja aus den Destinationen, und daher ist ihnen der Schutz dieser Destinationen ein großes Anliegen. Lass mich einige großartige Beispiele nennen. Eines unserer „TUI Blue for Two“-Hotels bietet beispielsweise seinen Gästen einen besonderen Ausflug an, um ihnen eine persönliche Begegnung und ein kulturelles Erlebnis zu ermöglichen. Die Gäste fahren hier in eines der typischen Dörfer in der Destination, um dort mit einer Familie zu Abend zu essen. Dabei handelt es sich um die Familie eines Hotelmitarbeiters. Vorab wird die Küche überprüft und das Menü genehmigt. Der Gast nimmt dann wirklich ein unvergessliches Erlebnis mit nach Hause, das es ihm ermöglicht, das Land und die Kultur wahrhaft zu verstehen und an dem Leben der Menschen vor Ort teilzuhaben. Natürlich profitiert der Mitarbeiter auch finanziell von diesen Besuchen. Ein weiteres tolles Beispiel sind die vielen Hotels, die sich bereits bemühen, vor Ort einzukaufen. Eines unserer Hotels geht dabei sogar so weit, dass es seine eigene Farm betreibt und selbst auf dem umliegenden Land Gemüse und Fleisch für die Gäste und Mitarbeiter des Hotels produziert.

Natascha Kreye:

Sehr vielversprechende Beispiele. Ich bin sicher, dass noch viele weitere folgen werden.

Herzlichen Dank, Louise, und viel Erfolg für eure Initiative.