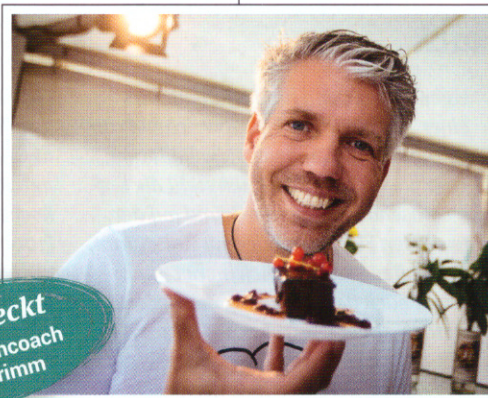


Nachhaltig heißt nachhalten



Aufgedeckt
von Küchencoach
Björn Grimm

Foto: Jens Doden/Ostfriesenzeitung

Keine Sorge, dies hier wird nicht noch ein Artikel darüber, dass Kulinarik auch ohne Tierisches überzeugen kann. Kein weiterer Versuch, der dahingehend bekehren soll, dass wir weniger Fleisch anbieten und noch vegetarischer oder gar veganer werden sollten. Denn Sie wissen sicher selbst am besten, was Sie tun und was Ihre Gäste und der Markt verlangen. Was halten Sie stattdessen von dem Vorschlag, alle derzeitigen Entwicklungen als Chance zu verstehen, etwas Gutes zu entwickeln? Nachhaltig im Sinne des absoluten Ressourcenschutzes und des Ausbaus funktionierender Kreisläufe, aber auch nachhaltig im ganz wörtlichen Sinne. „Etwas nachhalten“ bedeutet auch „nicht vergessen“. Denn in vielen Betrieben darf ich als Berater und Coach die Erfahrung machen, dass dort mitunter doch glatt die eigene Unternehmens-DNA vergessen wurde. Anstatt immer nach vorne zu schauen, was denn die neuesten Trends, Produkte und Rezepte werden könnten, sollte man stattdessen hin und wieder innehalten – sozusagen nachhalten – und den ursprünglichen Sinn der eigenen Unternehmung, des eigenen Tuns hinterfragen. Was ist die wahre Daseinsberechtigung meiner Unternehmung? Die Antwort auf diese Frage hat nicht selten viel mit der Natur, dem (regionalen) Tier und dem kulturellen Erbe zu tun.

In einem von mir betreuten, an der Nordsee liegenden Objekt haben wir uns genau diese Frage gestellt. Die Nordsee ist das Argument. Ohne Nordsee sind wir nichts. Und ohne unseren Betrieb können wir unser Glück, dort leben und arbeiten zu dürfen, nicht mit unseren Gästen teilen. Ergo ist es doch unsere Pflicht, den Kern dessen, was uns ausmacht – die DNA unseres Unternehmens – zu schüt-

zen. Mit diesem Verständnis schauen wir in diesem Betrieb nun genau hin, was unser Beitrag für eine gesunde Umwelt sein kann. Wir dürfen nichts tun, was in unserem Fall die Nordsee und Küste in Gefahr bringen könnte. Somit sprechen wir nicht nur über mehr Biofleisch oder vegan, sondern auch über Lieferketten, Bündelungen von Einkäufen, vernünftiges Duschgel in den Gästezimmern und vertretbare Bettwäsche. Natürlich aber auch über unsere Mitarbeiter:innen, denen wir ein auskömmliches Einkommen, faire Arbeitsbedingungen und einen wahren Sinn für ihr Tun geben wollen.

Es geht bei Nachhaltigkeit also um weitaus mehr als Lippenbekenntnisse und etwaige Vorteile im Marketing. Es ist auch an der Zeit, gemeinsame Ziele zu definieren und deren Erreichung und Sinnhaftigkeit regelmäßig zu hinterfragen und zu verfolgen. Es stünde unserer Branche gut, sich freiwillig auf Größeres zu verständigen – deutschlandweit. Nachhaltiges Handeln schließt wirtschaftliches Tun nicht aus. Lassen sie uns beginnen!

Ihr Björn Grimm

Björn Grimm ist Mitglied der Geschäftsleitung eines Hotelbetriebes in Norddeutschland und berät als Inhaber der Grimm Consulting seit 20 Jahren erfolgreich mittelständische Gastronomen und Hoteliers.

www.gastronomieberatung.de

