

# The Sustainable Hotel Handbook

---

*Mit praktischen Einblicken, Tools und  
Ressourcen für dich und dein Team*



## Profit

Dein Handbuch für ein Hotel, von dem alle profitieren.

MAp

THE SUSTAINABLE HOTEL

#05

März 2026

**The Sustainable Hotel Handbook:  
Profit  
von MAp Boutique Consultancy.  
Edition 02, März 2026.**

Herausgegeben von  
MAp Boutique Consultancy  
Zweierstrasse 132  
8003 Zürich  
Schweiz

Copyright © 2026 MAp Boutique  
Consultancy. Alle Rechte vorbehalten.

Kein Teil dieses Handbuchs darf in  
irgendeiner Form ohne vorherige  
schriftliche Genehmigung der  
Herausgeberin kopiert und/oder  
vervielfältigt werden.

Für Inhalte externer Websites sind  
ausschließlich deren Betreiberinnen  
und Betreiber verantwortlich. Wir  
haben darauf keinen Einfluss und  
übernehmen keine Gewähr. Bei  
Hinweisen auf Rechtsverletzungen  
entfernen wir betroffene Links  
umgehend.

Kontakt:  
MAp Boutique Consultancy  
Zweierstrasse 132  
8003 Zürich  
Schweiz

[onwards@MAp-consultancy.com](mailto:onwards@MAp-consultancy.com)  
[TheSustainableHotel.com](http://TheSustainableHotel.com)



*Für alle auf ihrem Weg,  
den Planeten zu einem besseren und  
gastfreundlicheren Ort zu machen.*

# VORWORT

## Beschreiten wir den Weg der Nachhaltigkeit – gemeinsam

**Willkommen bei The Sustainable Hotel – und danke, dass du dich mit uns auf den Weg in eine bessere Zukunft für alle machst!**

Nachhaltigkeit ist mehr als nur ein Schlagwort oder ein abstrakter Begriff und soll unserer Meinung nach klar, einfach und für alle zugänglich sein. Deshalb haben wir die Reihe *The Sustainable Hotel Handbook* mit viel Leidenschaft und Liebe zum Detail entwickelt. Sie soll dir den Weg in die Nachhaltigkeit erleichtern und dich dabei unterstützen, ein nachhaltiges Hotel zu führen. Ein Hotel, das sich positiv auf die Umwelt auswirkt und gleichzeitig einen Gewinn für die Menschen – inklusive dir und deinem Team – erwirtschaftet.

Unabhängig davon, ob du schon lange auf dem Weg der Nachhaltigkeit bist oder gerade am Anfang stehst: Wir haben diese Sammlung von Handbüchern erstellt, um dich zu empowern, zu unterstützen und – wann immer nötig – in die richtige Richtung zu weisen. Doch bevor wir unsere gemeinsame Reise antreten, stellen wir uns kurz vor:

Wir sind MAp, eine Beratungsagentur für kreatives Hotelbranding und Hotelmarketing. Wir entwickeln nachhaltige Hotels und starke Hotelmarken, die Gutes tun, gut aussehen und sich gut verkaufen. Als B Corp-zertifiziertes Unternehmen mit Sitz in Zürich begleiten wir Hoteliers und Investorinnen weltweit, um nachweisbaren Impact für Hotels, Menschen und den Planeten zu schaffen.

Aufgrund unserer Erfahrung wissen wir, dass Hoteliers wie du die Welt verändern und sie für künftige Generationen besser machen können. Aber wir wissen auch, dass Nachhaltigkeit entmutigend sein

kann – vor allem, wenn es um die Hotellerie geht. Wo fängt man bei so vielen Informationen an? Welcher ist der richtige Weg für dein Hotel bei einem so komplexen Thema? Wie vermeidest du bei so viel Marketinglärm die Falle des Greenwashings? Unsere Sustainability-Sammlung besteht darum aus 4 verschiedenen Handbüchern, die jeweils einem der 4 P der Nachhaltigkeit (Purpose, People, Planet, Profit) von MAp gewidmet sind.

**In diesem Handbuch zeigen wir dir, wie du auf nachhaltige Weise Gewinn machst und auch andere Menschen daran teilhaben lassen kannst.** Um dir dabei zu helfen, beinhaltet das Handbuch praktische Übungen, Tools und Ressourcen. Falls du es noch nicht getan hast, empfehlen wir dir, das separate Einführungshandbuch zu lesen, um dich besser mit der Struktur des Handbuchs und den wichtigen Elementen vertraut zu machen, die dich zum Handeln anleiten werden.

Nachhaltigkeit ist viel mehr eine Frage des Fortschritts als der Perfektion – denn Nachhaltigkeit ist eine Reise ohne Destination. Auch wenn das Erreichen von 100 % Nachhaltigkeit ein nobles und bewundernswertes Ziel ist: In einer Welt, die sich schneller ändert als jemals zuvor, ist dieses Ziel einfach nicht realistisch. Deswegen ist eine Grundvoraussetzung auf dem Weg zum nachhaltigen Hotel der Wille, ständig dazuzulernen und sich #SchrittFürSchritt zu verbessern und weiterzuentwickeln.

„Fortschritt statt Perfektion“ war auch unser Leitmotiv bei der Erstellung der Sustainable Hotel Handbooks. Auch wir werden weiterreisen, unser Sustainable Hotel stetig weiterentwickeln, optimieren und aktualisieren.

Wir werden uns weiterhin den Herausforderungen und den schwierigen Fragen unserer Branche stellen. Immer mit dem Ziel, unseren Beitrag für eine bessere Zukunft zu leisten. Das ist unser Versprechen.

Wir hoffen, dass auch du bereit bist, diese Reise voller Offenheit anzutreten mit dem Ziel, einen echten und bedeutungsvollen Unterschied für jetzige und zukünftige Generationen zu machen.

**Nochmals vielen Dank, dass du dich mit uns auf dem Weg machst, um etwas auf unserem Planeten zu bewegen und zu bewirken!**

**Lass uns gemeinsam diese Welt zu einem besseren und gastfreundlicheren Ort für alle machen.**

**#onwards  
Dein MAp-Team**



**BESUCHE JETZT DAS  
NACHHALTIGE HOTEL**

PS: Wir würden uns freuen, mehr über deine Nachhaltigkeitsreise zu erfahren. Nimm uns mit und teile deine Erfahrungen via [onwards@MAp-consultancy.com](mailto:onwards@MAp-consultancy.com).

5.

# PROFIT



# Index

## 5.1. EINFÜHRUNG IN DAS THEMA ÖKONOMISCHE NACHHALTIGKEIT (PROFIT)

- 15** **WAS IST ökonomische Nachhaltigkeit**  
Wir tauchen in unser letztes P ein, definieren „Profit“ und erklären die Begriffe „Purposeful Profit“ und „Triple Bottom Line“.
- 16** **FAKTEN + ZAHLEN: Die Wirkung des vierten Ps – Profit**  
Anhand von Studien erforschen wir die Auswirkung von nachhaltigem Gewinn (Profit) auf dein Hotel und zeigen auf, wie Nachhaltigkeit und Profit untrennbar miteinander verbunden sind.
- 19** **IMPACT: Warum Profit wichtig ist**  
Wir erläutern, warum ein nachhaltiger Umgang mit Gewinn Fortschritt ermöglicht, Menschen stärkt und ja, diesen Planeten zu einem besseren Ort macht.
- 20** **GLOSSAR: Profit in Worten**  
Verwirrt von der Profit-Terminologie? Wir erklären häufig verwendete Begriffe im Zusammenhang mit Profit.
- 5.2. ERFOLGSGESCHICHTEN**
- 22** **WIR TREFFEN UNSERE FACHLEUTE**  
Schau dir an, was unsere Expertinnen und Experten über ihre Erfahrungen mit nachhaltigem und zielgerichtetem Gewinn sagen.
- 5.3. AKTION: PROFIT**
- 31** **REINVESTITION in deine Mitarbeitenden**  
Wir zeigen auf, wie wichtig es ist, Gewinn in deine Mitarbeitenden zu reinvestieren, damit die Zufriedenheit hoch bleibt und die Mitarbeitenden langfristig im Betrieb bleiben.
- 36** **PROFIT – ÜBUNG 1: Erhöhe dein Reinvestment**  
Wir beleuchten, inwiefern du bereits in deine Mitarbeitenden investierst, um dann entscheiden zu können, welche Investitionen du in Zukunft tätigen willst.
- 40** **PHILANTHROPISCHES SPENDEN: Gutes tun für andere**  
Wir zeigen dir, wie du dein Geld an gemeinnützige Organisationen in deiner Gemeinde oder Region verteilen kannst, um eine direkte und nachhaltige Wirkung zu erzielen.

- 44** **PROFIT – ÜBUNG 2: Suche die passende Organisation für deine Spende**  
Wir unterstützen dich bei der Identifizierung deines Anliegen und der Organisationen, die von dem von dir investierten Gewinn profitieren könnten.
- 46** **ANDERE MÖGLICHKEITEN, UM GUTES ZU TUN: UN-SDGs, Kommunikation + Monitoring**  
Wir stellen weitere Ansätze für ökonomische Nachhaltigkeit im Kontext der UNO-Nachhaltigkeitsziele vor und gehen auch auf die Kommunikation und das Monitoring deiner Nachhaltigkeitsaktivitäten ein.
- 53** **WIR TREFFEN NATASCHA RUPP: Gründerin und Geschäftsführerin von Rupp Public Relations**  
Wir sprechen mit Natascha, um ihre Top-Empfehlungen für Kommunikation von Nachhaltigkeit zu erfragen.
- 61** **BEST PRACTICES: Hotels mit Profit und Purpose**  
Wir nehmen Hotels unter die Lupe, die Gewinne basierend auf ihrem Purpose erzielen.

## 64 5.4. FAZIT

## 68 5.5. SCORECARDS PROFIT

- PROFIT – SCORECARD 1:  
ERHÖHUNG DEINER REINVESTITIONEN
- PROFIT – SCORECARD 2:  
SPENDEN AN LOKALE ORGANISATIONEN
- PROFIT – SCORECARD 3: BEFOLGUNG DER ZIELE  
NACHHALTIGER ENTWICKLUNG (SDGs)
- PROFIT – SCORECARD 4: KOMMUNIKATION  
DEINER NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN
- PROFIT – SCORECARD 5:  
ÜBERPRÜFUNG DEINER NACHHALTIGKEITSINITIATIVEN



*„Genauso wie Menschen nicht ohne Nahrung leben können, so kann auch ein Unternehmen nicht ohne Gewinne leben. Aber die meisten Menschen leben nicht, um zu essen, und auch Unternehmen müssen nicht nur leben, um Gewinne zu machen.“*

**JOHN MACKEY**

(zitiert in Business of Purpose, 2022).  
CEO von Whole Foods



# 5.1.

## EINFÜHRUNG in das Thema ökonomische Nachhaltigkeit (Profit)



**DENN WAS BEDEUTET  
ES, ZU PROFITIEREN,  
WENN DIE WELT UM  
DICH HERUM NICHT  
AUCH PROFITIERT?**

**Das letzte P in den 4 Ps der Nachhaltigkeit von MAP ist der Profit oder die ökonomische Nachhaltigkeit.**

Es kommt zwar erst nach Purpose, People und Planet, ist aber ein Schlüsselement, da es bestimmt, wie dein Hotel und diejenigen, die daran glauben und es unterstützen, die Früchte deiner Nachhaltigkeitsbemühungen ernten.

Natürlich gibt es nichts Schöneres als das warme und wohlige Gefühl, zu wissen, dass du deinen Purpose lebst, das Richtige für deine Mitmenschen und Gutes für den Planeten tust. Aber in diesem Profit-Handbuch schauen wir uns an, wie du finanziell von der Nachhaltigkeit profitierst und gleichzeitig den Wohlstand mit anderen teilst.

Denn was bedeutet es, zu profitieren, wenn die Welt um dich herum nicht auch profitiert? Was bedeutet es, voranzukommen, wenn

andere zurückgehalten werden? Ökonomische Nachhaltigkeit bezieht sich auf Praktiken, die dein langfristiges wirtschaftliches Wachstum unterstützen und gleichzeitig die sozialen und ökologischen Aspekte deines Hotelbetriebs schützen und fördern.

Um auf unsere Definition von Nachhaltigkeit zurückzukommen: **Es geht darum, wie du im JETZT profitabel arbeiten kannst, ohne die Möglichkeit zukünftiger Generationen zu gefährden, in Zukunft profitabel zu arbeiten.**

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit hat also einen internen Blick auf wirtschaftliches Wachstum – die Erwirtschaftung von Gewinn für dein Hotel – und einen externen Blick auf Wirtschaftswachstum in der Welt um dein Hotel herum.

Los geht's also mit unserem letzten P!



*„Profit ist wie Sauerstoff, Nahrung, Wasser und Blut für den Körper; sie sind nicht der Sinn des Lebens, aber ohne sie gibt es kein Leben.“*

**JIM C. COLLINS & JERRY PORAS (1997).**

Autoren des Buches „Built to last: Successful habits of visionary companies“

## WAS IST

### ökonomische Nachhaltigkeit

**Profitabel zu arbeiten ist für jedes Unternehmen wichtig. Ohne Gewinn meldest du Konkurs an. Ende der Geschäftstätigkeit. Du kannst nicht mehr arbeiten. Und für Hotels ist das keine Ausnahme.**

Wir werden nicht widersprechen: Gewinn ist wichtig. Aber wichtig ist auch, dass der Gewinn:

- auf nachhaltige Weise erzielt wird = nicht auf Kosten der Menschen und des Planeten
- auf nachhaltige Weise verteilt wird = dazu verwendet wird, den Betrieb deines Hotels in der Zukunft zu sichern und gleichzeitig die Welt zu einem besseren Ort zu machen.

Geld ist das Lebenselixier deines Unternehmens, aber es ist nicht deine Existenzberechtigung. Es ist nicht das, was dein Hotel großartig macht. Es ist nicht das, was deine Menschen inspiriert. Stattdessen ist es dein Purpose. Deshalb ist es so wichtig, einen solchen zu haben (mehr dazu in *The Sustainable Hotel Handbook: Purpose*). Der Purpose ist es, der es deinem Hotel ermöglicht, eine nachhaltige Wirkung zu erzielen und langfristiges, nachhaltiges Wachstum zu erreichen.

Aber wie kannst du deinen Purpose verfolgen, wenn du nicht profitabel und finanziell stark bist? Das ist das Paradoxe: Organisationen, die nur existieren, um Gewinn zu machen, überleben nicht lange. Aber Organisationen, die den Gewinn nicht in den Vordergrund stellen, können nicht lange genug überleben, um ihren Purpose zu erfüllen. Mit anderen Worten: Es ist schwer, grün zu sein, wenn du rote Zahlen schreibst!

Schauen wir uns also einige wichtige Konzepte genauer an, die uns helfen, wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu erreichen.

#### PURPOSEFUL PROFIT

**Wie die Terminologie deutlich macht, ist „Purposeful Profit“ der Gewinn, der durch das Erreichen deines Purpose erzielt wird.** Dieses Konzept besagt, dass zuerst der Purpose kommt und dann der Gewinn, der einfach die Belohnung für das Erreichen dieses Purpose ist.

Das mag der weit verbreiteten Meinung widersprechen, dass kluge Geschäftspraktiken zu Gewinn führen (wobei das unbestreitbar wichtig ist). Doch immer mehr Studien zeigen, dass es einen wirtschaftlichen Grund für Purpose gibt, dass Purpose und Profit untrennbar miteinander verbunden sind und dass die Verwirklichung deines Purpose in Zukunft den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg eines Unternehmens ausmachen wird.

Der Begriff selbst wurde von Joanne Sonenshine in ihrem Buch „Purposeful Profits: Inside Successful Businesses Making a Positive Global Impact“ (2019) geprägt. Und seit der Veröffentlichung des Buches haben viele erfolgreiche Unternehmer, Wissenschaftler und Ökonomen argumentiert, dass Unternehmen, die nur auf Profit aus sind, nicht lange überleben werden.

#### TRIPLE BOTTOM LINE

**Während „Bottom Line“ ein Begriff aus der Buchhaltung ist, den wir alle nur zu gut kennen, betrachten wir im Zusammenhang mit wirtschaftlicher Nachhaltigkeit die „Triple Bottom Line“ (oder TBL).**

TBL unterstützt deine Nachhaltigkeitsziele durch:

- Zusammenbringen der drei Ps – People, Planet und Profit
- Sicherstellung, dass alle Management- und Betriebsentscheidungen im Einklang mit der Umwelt, der Gesellschaft und der Rentabilität getroffen werden
- Messung des Geschäfts- und Nachhaltigkeitserfolgs

Mit anderen Worten: Die TBL stellt sicher, dass der Gewinn nicht auf Kosten der Menschen oder des Planeten geht, sondern einen höheren und edleren Zweck für seine Existenz erfüllt.

Die TBL wurde in den 1990er Jahren von dem Unternehmensberater John Elkington entwickelt, um Nachhaltigkeit zu messen. Es ist eine erweiterte Grundlage für die Leistungsmessung, die über die traditionellen Messgrößen Gewinn, Kapitalrendite und Shareholder Value hinausgeht und auch soziale und ökologische Aspekte berücksichtigt.

Die Begründung: Wenn man nur auf den Gewinn schaut und diese anderen wichtigen Dimensionen außer Acht lässt, kann man nicht die gesamten Kosten des Geschäftsbetriebs berücksichtigen (Slaper & Hall, 2011).