

The Sustainable Hotel Handbook

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



Purpose

Dein Handbuch für ein Hotel mit Purpose.

MAp

THE SUSTAINABLE HOTEL

#02

März 2026

***The Sustainable Hotel Handbook:
Purpose
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
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 daraus aus 4 verschiedenen Handbüchern, die jeweils einem der 4 P der Nachhaltigkeit (Purpose, People, Planet, Profit) von MAP gewidmet sind.

In diesem Handbuch wollen wir deinen Purpose zum Herzstück deiner Nachhaltigkeitsreise machen – er bestimmt die Schritte, die du unternimmst, und die Richtung, in die du gehst. Um dir zu helfen, den Purpose deines Hotels zu definieren und zu aktivieren, haben wir dieses Handbuch mit praktischen Anleitungen, Tools und Ressourcen gefüllt. Vorab empfehlen wir dir, die separate Einführung zu lesen, um den Aufbau und die einzelnen Elemente dieses Handbuchs kennenzulernen.

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.

2.

PURPOSE



Index

- 2.1. EINFÜHRUNG IN DAS THEMA PURPOSE**
- 14 WAS IST Purpose**
In diesem ersten Abschnitt definieren wir, was ein Purpose ist und was nicht. Außerdem erklären wir dir, warum es für ein nachhaltiges Hotel unerlässlich ist zu wissen, was dein Purpose ist.
- 15 FAKTEN + ZAHLEN: Purpose im Detail**
Nachdem wir ein gemeinsames Verständnis dafür entwickelt haben, was ein Purpose ist, untersuchen wir die Fakten und Zahlen. Mit den Daten zweier aktueller Studien veranschaulichen wir die Wirkung des Purpose im Allgemeinen und speziell für die übrigen 3 P: People, Planet und Profit.
- 16 IMPACT: Warum Purpose wichtig ist**
Wir nennen unsere fünf wichtigsten Gründe, warum der Purpose für dich und dein Hotel wichtig ist.
- 18 GLOSSAR: Purpose in Worten**
Wir erklären die Begriffe Werte, Vision und Mission, die oft mit Purpose in Verbindung gebracht werden.
- 2.2. ERFOLGSGESCHICHTE**
- 20 WIR TREFFEN MARTIN STOCKBURGER: Gründer und CEO von Konzept Hotels**
Lerne Martin Stockburger von Konzept Hotels kennen, einer Hotelgruppe, welche die Hotellerie intelligent, effizient und nachhaltig neu denkt.
- 2.3. AKTION: PURPOSE**
- 32 SCHRITT 1 – ENTDECKE DEINEN PURPOSE: Was ist dein ganz individuelles WARUM?**
Identifiziere deinen persönlichen Purpose, der dich antreibt.
- 34 PURPOSE – ÜBUNG 1: WOGEGEN BIST DU?**
Wir zeigen dir in drei Schritten, wofür du stehst (dein Purpose), indem du feststellst, wogegen du bist.
- 37 SCHRITT 2 – DEFINIERE DEN PURPOSE DEINES HOTELS: Fasse deinen Purpose in Worte**
In diesem zweiten Schritt erarbeiten wir gemeinsam dein Purpose-Statement.
- 40 PURPOSE – ÜBUNG 2: WAS IST DER PURPOSE DEINES HOTELS?**
Wir übertragen deinen persönlichen Purpose in deinen Unternehmens-Purpose mit Hilfe einer Reihe von Fragen.

- 42 SCHRITT 3 – INTEGRIERE DEN PURPOSE IN DEIN HOTEL: Formalisiere deinen PURPOSE**
Dein Purpose-Statement ist erstellt, jetzt ist es an der Zeit, es in deinen Hotelbetrieb einzubetten.
- 45 SCHRITT 4 – PRIORISIERE DEINE NACHHALTIGKEITS-AKTIVITÄTEN: Nutze den Purpose als deinen Kompass**
Stelle deinen Purpose-Kompass ein und identifiziere die Nachhaltigkeitsbereiche, die du zuerst angehen solltest.
- 46 PURPOSE – ÜBUNG 3: PRIORISIERE DEINE NACHHALTIGKEITSMASSNAHMEN**
Es ist an der Zeit, Prioritäten zu setzen und zu definieren, welche Nachhaltigkeitsbereiche du zuerst in Angriff nehmen solltest.
- 49 SCHRITT 5 – AKTIVIERE DEINEN PURPOSE: Lebe deinen Purpose**
Das ist der Punkt, der alles zum Strahlen bringt. Wir geben dir Ideen und Einblicke, wie du deinen individuellen Purpose in deinem Hotel aktivieren kannst.
- 56 VERFOLGE DEINEN FORTSCHRITT: Was du messen und verbessern kannst**
Wir zeigen dir, wie du das Tracking deines Purpose in dein monatliches Reporting einbinden kannst.
- 57 BEST PRACTICES: Hotels, die ihren Purpose leben**
In diesem Abschnitt inspirieren wir dich mit Hotels, die ihren Purpose leben und ihr WAS, WIE und WARUM in die Welt hinaustragen.

60 2.4. FAZIT

64 2.5. SCORECARD PURPOSE

PURPOSE – SCORECARD 1: AKTIVIERUNG DEINES PURPOSE



„Diejenigen, die denken, dass Unternehmen existieren, um Gewinn zu machen, sollten noch einmal genau überlegen. Unternehmen machen Gewinne, um zu existieren. Es muss doch einen höheren, edleren Purpose geben als das.“

RAY ANDERSON

(zitiert in Branson, 2011, S. 99). Ehemaliger CEO von Interface



2.1.

EINFÜHRUNG in das Thema Purpose



**DEIN PURPOSE
ERMÖGLICHT ES DIR,
DEINE (NACHHALTIG-
KEITS-)REISE AUF DAS
ZU KONZENTRIEREN,
WAS FÜR DEIN HOTEL
AM WICHTIGSTEN IST
– DEINE MENSCHEN
UND DEN PLANETEN.**

**Willkommen zum ersten Teil von
The Sustainable Hotel Handbook
– Collection. In diesem ersten
Handbuch zum Thema Purpose
werden wir herausfinden, was dein
Purpose ist und wie du ihn in
deinem Hotel aktivieren kannst.**

Im Laufe der Jahre haben wir gelernt, dass die erfolgreichsten, lohnendsten und profitabelsten Reisen mit diesem P, Purpose, beginnen.

Und warum? Wenn du weißt, wofür du stehst, wird alles andere viel klarer. Wenn du weißt, wofür du existierst (und nein, es ist nie der Gewinn), verstehst du, WARUM du tust, was du tust.

Purpose ist das Prisma, durch das du das große, strategische Bild siehst. Und diese Klarheit gibt dir die Energie, dich mit Leichtigkeit #onwards zu bewegen, während du dein Hotelgeschäft ausbaust.

Wir alle sind uns einig, dass Nachhaltigkeit nicht einfach ist – sie ist nicht eindeutig, sie ist nicht simpel und es gibt kein Patentrezept. Es ist eine unendliche Reise, die du antrittst, mit vielen Umwegen und Unebenheiten auf dem Weg – eine Reise, bei der es um Fortschritt geht, NICHT um Perfektion. Sie wird von den individuellen Zielen, Bedürfnissen und Herausforderungen deines Hotels geprägt.

Dein Purpose ermöglicht es dir, deine (Nachhaltigkeits-)Reise auf das zu konzentrieren, was für dein Hotel am wichtigsten ist – deine Mitarbeitenden und den Planeten. Er bestimmt den Weg, den du einschlägst, hält dich auf Kurs und inspiriert dich und dein Team dazu, mit Leidenschaft und Ausdauer voranzugehen.

Bist du bereit für eine zielgerichtete Zukunft? Dann lass uns dir den Weg zeigen.

WAS IST

Purpose

„Wenn Marken nach Differenzierung, Relevanz und Wachstum streben, ist ein klarer Purpose, der auf überzeugende Weise zum Leben erweckt wird, oft der Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg.“

AFDHEL AZIZ (2017).

Autor von „Good Is The New Cool“

Bevor wir beginnen, sollten wir uns darüber im Klaren sein, was dein Purpose eigentlich ist: Der Purpose ist der Grund, warum dein Hotel existiert – das grundlegende WARUM. Es ist der Sinn, der sich daraus ergibt, dass du etwas geschaffen hast, von dem du glaubst, dass es wichtig ist – für dich selbst, für andere, für die Gesellschaft.

Dein Purpose muss mehr sein als Geldverdienen und ein umfassendes, menschliches und soziales Engagement beinhalten, das dein Hotel einem größeren Ganzen zuordnet. Er muss nicht nur dich, sondern auch deine Mitarbeitenden inspirieren, etwas gemeinsam und mit Leidenschaft zu (er)schaffen. Und wenn wir von inspirieren sprechen, meinen wir zum Handeln inspirieren. Warum? **Weil Purpose kein Substantiv ist, sondern ein Verb. Dein Purpose bestimmt, wie du arbeitest, wie du dich engagierst, wie du deine Menschen – egal ob**

Gäste, Mitarbeitende, Partner und Partnerinnen sowie die Menschen vor Ort – jeden Tag am besten und nachhaltigsten begeisterst. Der Purpose ist etwas, das du jeden Tag lebst.

Bei MAp beginnen wir jedes (Nachhaltigkeits-)Projekt mit dem Purpose. Er ist der rote Faden, der sich durch alle anderen Elemente zieht und sie miteinander verbindet. Und die nachhaltigen Schritte, die du unternimmst, spiegeln wider, was dein übergeordneter Purpose ist.

Für uns bedeutet ein klarer Purpose, dass wir wissen, WARUM wir hier sind und WAS unsere eigenen positiven Auswirkungen auf die Menschen und den Planeten sind. Und das ist die Voraussetzung, um ein nachhaltiges Hotel zu schaffen. **Dein Purpose ist dein Kompass, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen und gleichzeitig dein Hotel voranzutreiben.**

FAKTEN + ZAHLEN:

Purpose im Detail

Die Wirkungskraft deines Purpose solltest du nicht ignorieren. Wenn du für dein Hotel einen starken Purpose hast – deinen eigenen, einzigartigen Purpose – ist das eine großartige Möglichkeit, um Gäste anzuziehen.

Wenn du beispielsweise durch die Gänge eines Supermarktes gehst oder im Internet surfst, wirst du feststellen, dass die Konsumentinnen unendlich viel Auswahl haben. Wie schaffst du es also, dass dein Hotel heraussticht? Indem du die Menschen auf einer emotionalen Ebene ansprichst. Indem du zeigst, dass dein Hotel einen besonderen und höheren Purpose verfolgt – einen, mit dem sich DEINE Menschen identifizieren können.

Werfen wir doch einen Blick auf einige Daten und Fakten, angefangen mit den Studienergebnissen zum sogenannten „Strength of Purpose“. In dieser Studie fand die Zeno Group (2020) heraus, dass erstaunliche 94 % aller 8.000 weltweit Befragten es für wichtig halten, dass die Unternehmen, mit denen sie zusammenarbeiten, einen starken Purpose verfolgen.

Und wenn dies der Fall ist, so ist es bei den Konsumenten und Konsumentinnen:

- 4-mal wahrscheinlicher, dass sie beim Unternehmen kaufen,
- 6-mal wahrscheinlicher, dass sie das Unternehmen in einem schwierigen Moment schützen,
- 4,5-mal wahrscheinlicher, dass sie das Unternehmen bei Freunden und Familie vertreten,
- 4,1-mal wahrscheinlicher, dass sie dem Unternehmen vertrauen.

Dieselbe Studie befasst sich auch mit einer Frage, die uns oft gestellt wird: **Wirkt sich Purpose auf den Gewinn eines Unternehmens aus? Die Antwort lautet: Ja!** Und die Erkenntnisse der Zeno Group (2020) sind überaus ermutigend, denn 2019 gaben mehr als 8 von 10 (82 %) Verbrauchern an, dass sie ein Unternehmen unterstützen, wenn sie an dessen Purpose glauben. Die jüngeren Generationen (Gen Z und Millennials) liegen mit rund 90 % an der Spitze. Und mehr Unterstützung durch deine Kundschaft = mehr Geld in deinen Taschen.

Die Kantar-Purpose-Studie 2020 bestätigt dies. Sie ergab, dass Marken, die sich durch ein hohes Engagement für ihren Purpose auszeichnen, mehr als doppelt so schnell gewachsen sind wie andere (Kantar Consulting, 2020). Dein Purpose hilft dir nicht nur dabei, eine attraktive Arbeitgeberin zu werden, sondern auch dabei, das große strategische Gesamtbild klarer zu sehen. Diese Klarheit gibt dir die Inspiration, dein Hotel gezielt voranzubringen, zu verbessern und den Erfolg zu steigern. Über einen Zeitraum von 12 Jahren wuchs der Markenwert von Marken mit hohem positivem Einfluss um 175 %, gegenüber 86 % bei mittlerem und 70 % bei geringem positivem Einfluss.

Konnten wir dich von der Wirkungskraft deines Purpose überzeugen? Um dich noch mehr für das Thema zu begeistern, gehen wir im nächsten Abschnitt darauf ein, warum Purpose wirklich wichtig ist – abgesehen von den eindrücklichen Zahlen. Denn vergiss nicht, es geht nicht nur um den Profit (auch wenn der ein großer Vorteil ist, wenn man einen Purpose hat!).



90 % DER KONSUMENTEN UND KONSUMENTINNEN GABEN AN, DASS SIE EIN UNTERNEHMEN UNTERSTÜTZEN, WENN SIE AN DESSEN PURPOSE GLAUBEN. (ZENO GROUP, 2020)