

**Pioniere. Beat Anthamatten.** Der Nachhaltigkeits-Pionier wird nicht müde, Ökologie, beziehungsweise Enkeltauglichkeit zu predigen. Für den Saas-Feer Hotelier ist die Zukunft nachhaltig.

## Ökologie: In kleinen Schritten zum Ziel

**In der Branche ist sein Name fast zum Synonym für Nachhaltigkeit geworden. Der Walliser Beat Anthamatten gilt in der Hotellerie als Ökopionier schlechthin.**

VIRGINIA NOLAN

Man nennt ihn den «grünen Hotelier», er selbst bezeichnet sich am liebsten als Hüttenwart. Mit der «Hütte», dem 5-Sterne-Hotel Ferienart in Saas-Feer, bauten Beat Anthamatten und seine Frau Chantal 1999 das erste Minergie-Hotel der Schweiz. Acht Jahre zuvor hatte er als Erster in der Gemeinde sein Wohnhaus mit Erdwärme beheizt. Für seine Öko-Mission wurde er einst belächelt, heute macht sie ihn zum gefragten Mann.

Gestern ein Biomasse-Kongress in Deutschland, heute ein Referat im Wallis, morgen ein Umweltsymposium in Paris: Die Agenda ist voll. Manchen Reisekilometer hat er zurückgelegt, seit er 2008 den «Milestone» für ökologisches Engagement gewann.

Der Hotelier ist eine imposante Erscheinung, ein hemdsärmeliger Typ mit sonorer Stimme. So schnell, wie er für seine Referate den Schauplatz wechselt, spricht er auch. Etwa davon, was für ein Unwort «Nachhaltigkeit» sei; ein trockener Begriff, wie ihn nur der Bürokraten-Jargon schöpfen könne. «Ich spreche lieber von Enkeltauglichkeit», sagt der vierfache Vater, «denn darum geht es: Wir wollen unseren Nachkommen etwas Gutes hinterlassen.» Woher kommt sein Faible für grüne Themen? «Wer von seiner Haustüre aus beobachten kann, wie der Gletscher zurückgeht, hat einen anderen Blick auf die Sache.»

Der Ökopionier ist überzeugt: Auch kleine Schritte führen zum Ziel. Lichter löschen, Abfall trennen, Material schonen – ökologisches Handeln beginne mit dem Beachten vermeintlicher Nebensachen. «Das braucht Disziplin.»

### «Umweltschutz braucht keine Mammutprojekte»

Seit über 12 Jahren sorgt im «Ferienart» ein Öko-Team dafür, dass jeder sein Möglichstes tut, um Verschwendung zu vermeiden. Der Gruppe gehören Freiwillige aus allen Abteilungen an. Sie wählen Schiedsrichter, die ein

Foul gegen die Öko-Ziele des Betriebs ahnden. Wer etwa falsch entsorgt oder Geschirr beschädigt, bekommt die grüne Karte. Nach dem zweiten Fehler heisst es: morgens um sieben Uhr eine Stunde Flaschen sortieren – ohne Bezahlung. Er halte es, sagt Anthamatten, mit der englischen Redewendung: «You've got to be hard to be soft.» Sicher sei so ein Öko-Drill streitbar, mache es aber möglich, den Energieaufwand um gut 10 Prozent zu senken, bevor Solarpanels und Co. überhaupt zum Einsatz kämen. «Das ist der Beweis, dass jeder etwas tun kann. Umweltschutz braucht keine Mammutprojekte.»

Vorleben statt Befehlen heisst seine Devise. «Ich versuche, den Gast spielerisch in die Thematik mit einzubeziehen», sagt Anthamatten. So lege er ihm statt einem Bettmüppeli den Textil-Einkaufsberater des WWF aufs Kissen und erkläre den Kindern auf ihrer Menükarte mit bunten Bildern, wie Essen und Umwelt zusammenhängen. Den Mittwoch hat er zum «Enkeltauglichkeits-Tag» ernannt: Dann kommt nicht nur die Tagespost, sondern auch die Belegschaft im grünen Kleid daher, und am Abend hält der Patron einen Vortrag zu einem grünen Thema. «Zehn bis zwölf Besucher sind da schon das höchste der Gefühle, manchmal kommen auch nur zwei.»

### Nachhaltigkeit ist für das Unternehmen auch ein PR-Faktor

Auf der Prioritätenliste der Gäste stehe Nachhaltigkeit nicht zuoberst. Zwar zahlten über 90 Prozent der Gäste im «Ferienart» den freiwilligen Zuschlag von 1.50 Franken für eine klimaneutrale Übernachtung. Die eine Hälfte davon fliesst in ein Klimaprojekt in Madagaskar, die andere finanziert die betriebseigene Wärmepumpe. Doch allgemein beobachtet Anthamatten, dass man sich in den Ferien nicht mit ernstesten Themen auseinandersetzen will. Die viel gerühmten «Lohas» – die Abkürzung steht für «Lifestyles of Health and Sustainability» –, also Menschen, für die ein nachhaltiger Lebensstil oberste Maxime ist, seien eher eine schöne Theorie als Realität. «Noch», sagt er, «denn sie werden kommen.»

Das Versprechen der Nachhaltigkeit geschieht nicht nur aus edlen Motiven – es ist für jedes Unternehmen auch ein PR-Faktor. Skeptiker bezeichnen die Abgeltung von Betriebsemissionen in Klimaprojekten als fraglichen Ablasshandel, der dazu diene, das Gewissen des Unternehmers reinzuwaschen. Anthamatten gibt nicht viel auf diese Kritik. «Dank Klimakompensation haben wir

**Für Hotelier Beat Anthamatten ist die Schweizer Fahne grün. Vorerst ist das noch Wunschdenken.**

150 madagassische Familien mit einem Solarkocher ausgerüstet», sagt er, «das ist besser als Nichtstun.» Dass hinter seinem Engagement nicht nur heisse Luft stecke, bewiese sein Privatleben: «Wir konsumieren, so weit das möglich, regionale Produkte, und zur Arbeit gehe ich zu Fuss.» Trotzdem habe er zu Hause jeweils den grössten Kampf: «Lichter ausschalten, Abfälle sortieren: Da macht die Jungmannschaft nicht immer mit.»

### «Die Schnellen fressen die Langsamen»

Beharrlichkeit gehört zu seinen markantesten Wesenszügen. Mit seinem Umweltengagement strebe er keineswegs eine weisse Weste an, sagt der Hotelier: «Sicher stecken auch wirtschaftliche Überlegungen dahinter, denn jede ökologische Massnahme hat bis jetzt auch ökonomisch rentiert.» Was ist nötig, damit diese Rechnung aufgeht? «Mit kleinen Projekten starten», rät er. «Das kostet weniger und bringt viel. Jede ökologische Massnahme ist sinnvoll, wenn alle sie mittragen.» Das

Wichtigste aber sei, aus vollem Herzen bei der Sache zu sein. Denn wirksam und glaubhaft sei nur, was auch vorgelebt werde. Der Hotelier bedient sich einmal mehr seines Faibles fürs Sprichwörtliche: «Nur, wer selber brennt,

kann auch das Feuer in anderen entfachen.» Nicht immer aber will das Feuer auf andere überspringen: Sein Versuch, Hoteliers zur Gründung eines Ökolabels zu bewegen, scheiterte etwa. Entmutigen lässt sich Anthamatten jedoch

nicht. Der Markt habe zugunsten der Nachhaltigkeit umgeschlagen, gibt er sich überzeugt. «Und man weiss: Die Schnellen fressen die Langsamen. Für mich heisst das, in dem Thema weiterhin ganz vorne mit dabei zu sein.»

## Projekt Die Spur des Wassers

Jahr des Wassers 2012: Hotelier Beat Anthamatten widmet dem Element im Sommer eine Spezialveranstaltung.

Vom 22. bis am 24. Juni organisiert Beat Anthamatten im «Ferienart» Saas-Feer ein Wassersymposium, mit dem er vor allem Kollegen aus der Branche ansprechen will. «Genauer gesagt geht es um virtuelles Wasser», sagt Anthamatten, «also jene Menge Wasser, die für die Herstellung eines bestimmten Produkts gebraucht wird.» Für ein Steak seien das beispielsweise über 4000 Liter.

An der Vortrags- und Veranstaltungsreihe werden sich ver-

schiedene Fachleute beteiligen, darunter Wasser-Wissenschaftler, Glaziologen, und, «um die Dinge einmal aus einer ganz anderen Sicht zu betrachten», wie Anthamatten es formuliert, auch eine Wasserfee. Die Schamanin werde von der Rolle des Wasser als Informationsträger berichten und davon, wie es unser Wohlbefinden beeinflusse.

Das Symposium soll Sparmöglichkeiten aufzeigen, sich aber auch der Frage widmen, was wirksame Massnahmen sind. Die Antworten dürften manchen überraschen, glaubt Anthamatten. «Auf den ersten Blick würden wir doch sagen, dass

Beschneigungsanlagen umweltschädlich sind», sagt er. «Es ergibt sich jedoch ein völlig anderes Bild, wenn es um eine hochwirksame Kanone geht, die mit Strom aus erneuerbaren Energien arbeitet – und erst noch neue Arbeitsplätze generiert.»

Sich nicht im Detail verfangen, sondern grössere Zusammenhänge begreifbar machen, das will Anthamatten mit seiner Veranstaltung. «In der Schweiz ist Wasser scheinbar unbeschränkt verfügbar, weltweit gilt es aber als knappe Ressource», sagt er. «Es ist darum höchste Zeit, dass wir uns mit diesem Rohstoff näher auseinandersetzen.»



206