

„Kein Fleisch, kein Fisch“

VeggieHotels ist die erste Hotelkooperation für rein vegetarische Häuser. Warum der Markt boomt, wie die Speisekarten kontrolliert werden und welches Potenzial in diesem Segment steckt, dazu sprachen wir mit Geschäftsführer Thomas Klein.

Interview: Barbara Grüssinger

Herr Klein, was genau steckt bitte hinter den VeggieHotels?

Wir sind als Internetplattform veggie-hotels.de gestartet, die sich recht schnell zu einer Hotelkooperation entwickelt hat. Unser Ziel war es, die Angebote vegetarischer Hotels zu bündeln. In Deutschland gibt es an die 150 Hotelkooperationen, etwa speziell für Familien, Reisende mit Hunden, Singles und Bio. Nur die Zielgruppe Vegetarier fehlte bislang.

Wie ist die Idee für die Plattform entstanden?

Meine Frau und ich sind seit Jahrzehnten überzeugte Vegetarier. Als Reisejournalisten sind wir viel unterwegs und haben dabei festgestellt, dass es nicht einfach ist, Hotels zu finden, die eine entsprechende Küche anbieten. Wir haben beobachtet, dass zwar Angebote existierten, jedoch keine Vernetzung. Da lag es nahe, eine solche Plattform zu schaffen, die einen schnellen Überblick ermöglicht.

Sie haben VeggieHotels 2011 gegründet. Wie hat es sich seitdem entwickelt?

Los ging es mit 100 Hotels in rund 30 Ländern, knapp drei Jahre später waren es mehr als 500 in über 60 Ländern. Mittlerweile gehören auch mehr als 60 vegane Betriebe zu uns.

Welche Auswahlkriterien müssen Hotels erfüllen, um in die Kooperation der VeggieHotels aufgenommen zu werden?

Das Konzept der Hotels muss rein vegetarisch sein, das heißt, dass in der Küche weder Fleisch noch Fisch zubereitet und auch nicht serviert wird. Dieses Profil scharf zu halten, ist relativ einfach. Wir wollten ein klares Abgrenzungsmerkmal.

Wie wird das überprüft?

Ganz einfach: Es eröffnet niemand ein VeggieHotel, wenn er nicht zu 100 Prozent hinter diesem Konzept steht. Das heißt, die größte Sicherheit sind die Betreiber selbst, die meist aus persönlicher Überzeugung agieren.



„Aufgrund der steigenden Nachfrage starten wir in Kürze mit dem ‚Vegan Hotels‘-Projekt“

Thomas Klein

Und das reicht aus?

Nein, darüber hinaus geben alle Mitglieder eine schriftliche Garantie ab, dass sie die Rahmenbedingungen erfüllen. Hinzu kommt ein ständiger und enger Austausch unsererseits mit den Hotels. Als Regulativ wirken selbstverständlich auch die Gäste mit ihrem Feedback.

Sind VeggieHotels nur etwas für Urlauber mit dickem Portemonnaie?

Nein. Das Angebot ist sehr vielfältig und reicht von der Schweizer Privatpension

über das Luxusresort auf Bali bis zur Jugendherberge in historischen Gebäuden in England, wo die Nacht 20 Euro kostet.

Wie beurteilen Sie die Entwicklungschancen für solche Hotels?

Ich glaube, dass dieser Trend noch eine ganze Weile anhalten und dieses Segment weiterhin stark expandieren wird. Wir beobachten das weltweit. Auch viele Hoteliers berichten, dass es in den vergangenen Jahren eine starke Veränderung gegeben hat: Sie registrieren nicht nur mehr Vegetarier, sondern auch verstärkt vegane Gäste. Gerade diese Gruppe, oftmals junge Leute, ist für viele Hoteliers ein Weckruf: Sie haben vielleicht schon immer auf gesundheitsbewusste Reformhaus-Käufer gesetzt, aber jetzt kommen plötzlich tätowierte 20-Jährige mit Irokesenschnitt, die das entsprechende Angebot suchen und ihre Einstellung teilweise viel radikaler leben als die Generation vor ihnen.

Sie bekommen keine Buchungsprovision. Wie finanziert sich VeggieHotels?

Wir erheben Mitgliedsbeiträge, aber dieser Umfang trägt nicht. Das ist schon ein privates Steckenpferd. Auf lange Sicht müssen wir sicherlich einige Änderungen andenken. Nach und nach kommen auch Werbeeinnahmen dazu und immer mehr Firmen sprechen uns an, die an Partnerschaften interessiert sind.

Was planen Sie als Nächstes?

In Kürze erweitern wir die Veggie-Hotels um die Plattform „Vegan Hotels by VeggieHotels“. Sie präsentiert herkömmliche Hotels, die den veganen Trend aufnehmen und als Ergänzung ihrer Speisekarte auch vegane Mahlzeiten anbieten. Die Website dazu gibt es schon: vegan-hotels.com.