

Halberg Hotels

Halberg hotels er en lille hotelkæde bestående af Hotel Svendborg og Hotel Fredericia, som fokuser på at kunne varetage alle funktioner i forbindelse med store konferencer og events internt såvel som eksternt.

CASE: Idéudvikling af nye bæredygtig tiltag for begge hoteller med henblik på at komme så tæt på CO2 neutralitet som muligt

OVERBLIK

Virksomhed	Halberg Hotels
Lokation	Centrumpladsen 1, 5700 Svendborg
Kontaktperson	Tom Pelle, Adm. Direktør

CASEBESKRIVELSE

Halberg Hotels kom til i 1979, hvor Jørgen Halberg købte Hotel Svendborg. Jørgen sikrede da, at Svendborgs hæderkronede hotel forblev på lokale hænder og ikke blev opkøbt af investorer og lavet om til lejligheder. Der har fra start været en klar mission om at skabe en imødekommende og personlig oplevelse for gæsterne.

Siden da er Hotel Garni i Svendborg kommet til og senest Hotel Fredericia i 2011.

Halberg Hotels har i en lang periode haft stor fokus på at tage ansvar for det miljø, som de er en del af. Dette gælder ikke blot det tekniske, såsom installation af solceller, men også organisatoriske tiltag, som "Code of Care" med fokus på social ansvarlighed. Som forretning vil Halberg Hotels ikke stå alene, men derimod vokse i takt med samarbejdspartnere og nærområdet. Dette har efterfølgende affødt et ønske om at binde byen sammen og skabe et stærkt fællesskab.

De seneste par år med øget fokus på klimaet har medført, at flere virksomheder enten har opgraderet eller indført en ny miljøpolitik. Dette har skabt en række af krav til deres samarbejdspartnere, som også tæller hotel- og conferencebranchen. Disse nye krav til social og miljømæssig ansvarlighed oplever branchen generelt, at der vil komme flere og flere af, og vil tælle som en vigtig udvælgelsesfaktor af samarbejdspartnere i fremtiden.

Derfor ønsker Halberg Hotels at få udarbejdet en grundig analyse af deres business og konference gæsters nuværende og fremtidige kriterier for valg af møde- og konferencested. På det grundlag ønsker de at få udviklet konkrete forslag til miljøtiltag samt en kommunikationsstrategi, der kan fremtidssikre deres position på markedet som et forgangshotel.

KONKRETE OPGAVER

1. Fase: Kortlæg hotellernes grønne tiltag

Halberg Hotels har i flere år lagt et stort arbejde i at sikre, at hotellerne tager ansvar over for det miljø, som de er en del af. I forbindelse med FN's Verdensmål har hotellerne individuelt valgt fokuser på mål hvor kan gøre en forskel. For af finde ud af, hvilket niveau hotellerne befinder sig på, skal I indledningsvist kortlægge deres indsats. Start med at gennemgå følgende punkter:

- a. Hvilken historie fortæller hotellerne om deres indsats og deres vision for fremtiden?
- b. Hvordan har de kommunikeret deres tiltag udadtil?
- c. Udform en liste over hvilke tiltag, som de har implementeret i deres organisation?
- d. Hvilke nye tiltag har de planlagt over de næste 5 år?
- e. Hvilke certificeringer har hotellerne (Green Key, Økologisk spisemærke, Blomstermærke, Svanemærke osv.)?

2. Fase: Kvalitativ analyse af B2B kunderne

Trenden på markedet for hotel- og konferenceydelse er, at der kommer flere og flere krav fra gæster og arrangører til social og klimamæssig ansvarlighed. For at sikre, at Halberg Hotels forbliver på forkant med trenden og investerer i de rette tiltag, skal I finde frem til, hvilke krav virksomhederne har nu og fremadrettet. Derudover ønsker Halberg Hotels at kortlægge virksomhedernes syn på møde- og konferencekulturen efter covid-19. Planlæg og udfør derfor 5-8 interviews med repræsentanter for udvalgte B2B kunder og omsæt jeres interviewdata til en kort præsentation/rapport til Halberg Hotels.

Jeres interviewguide skal bl.a. indeholde følgende punkter:

- a. Hvilke krav har B2B kunderne til hoteller og konferencестeder ifht følgende kategorier?
 - i. Vand og Varme
 - ii. Energi
 - iii. Madspild
 - iv. Plastpolitik (bionedbrydelige alternativer)
 - v. Forbrugsvarer (papir, kuglepenne osv.)
 - vi. Transport (til og fra hotellet)
- b. Planlægger kunderne at skærpe kravene inden for de næste par år (i så fald hvordan)?
- c. Udover krav, hvilke kriterier vælger de hotel og konferencer ud fra (dvs. hvordan skal Halberg skabe sig en konkurrencemæssig fordel)?
- d. Corona: Har kunderne efter covid-19 ændret den måde, de holder møder på (og kommer de til at erstatte fysiske møder med elektroniske møder)?

3. Fase: Kvalitativ analyse af de ansatte på Halberg Hotels

De endelige sociale og miljøansvarlige tiltag skal i sidste ende udføres af medarbejderne. Derfor er det vigtigt, at medarbejderne ved, hvad procedurerne er til for, og hvordan de udføres korrekt. Udfør 6 (3 på hvert hotel) interviews med fastansatte. Omsæt jeres data til en kort præsentation/rapport til Halberg Hotels.

Interviewguiden skal som minimum indeholde følgende:

- a. Hvad er visionen for hotellet på området om social og miljømæssig ansvarlighed?
- b. Hvilke tiltag har hotellet igangsat?
- c. Hvordan bliver de ansatte informeret om nye tiltag?
- d. Hvordan bliver de ansatte påmindet om at udføre tiltagene?
- e. Ved de, hvor meget de nye tiltag gør for miljøet?
- f. Er der tiltag som besværliggør arbejdsgange?
- g. Har de ansatte forslag til tiltag, som burde implementeres?



4. Fase: Idégenerering på grønne alternativer.

Ud fra jeres indsamlet data skal I idégenere på, hvordan Halberg Hotels får skabt en forretning, som tør at gå forrest i den grønne omstilling. I jeres idégenereringsfase er det vigtigt, at I kigger på ressourceforbruget/omkostningerne, ved både store og små ændringer i relation til, hvilken effekt de vil have på bundlinjen.

- a. Inspiration til fokusområder:
 - i. Vand og Varme
 - ii. Energi
 - iii. Madspild
 - iv. Plastpolitik (bionedbrydelige alternativer)
 - v. Forbrugsvarer (papir, kuglepenne)
 - vi. Transport (til og fra hotellet)

5. Fase: Udvælg ideer, og gør dem til virkelighed

- a. Udarbejd en præsentation til ledelsen med de nye ideer inklusiv et estimat over, hvor lette/svære de er at implementere, samt den effekt I vurderer, de vil have. Giv klare anbefalinger til en prioritering af ideerne og forslagene.
- b. Udvælg sammen med ledelsen, de ideer som der skal arbejdes videre med.

6. Fase: Implementering og kommunikation omkring de nye tiltag

- a. Udarbejd en plan for, hvordan de udvalgte ideer skal implementeres. Dette kunne indeholde:
 - i. Indkøb af nye materialer/produkter etc.
 - ii. Opsætning af nye procedurer
 - iii. Find (nye) samarbejdspartnere
- b. Hvordan skal de nye tiltag kommunikeres ud? Udvikl en kommunikationsstrategi for hver af de nedenstående interessenter:
 - i. Ansatte
 - ii. Kunder
 - iii. PR
- c. Find frem til, om der kan søges nye certificeringer og miljømærker.

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå med:

- ✓ Oversigt over nye krav/trends fra business gæster og B2B virksomheder
- ✓ Konkrete ideer til miljøtiltag
- ✓ Strategi for kommunikation af miljøtiltag.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Forretningsudvikling, Økonomi, Kommunikation, Miljø, Salg, Digitalisering/Robot , Journalistik/PR, SoMe

TALENTPROFIL

Forløbet vil komme til at foregå sådan, at man er 2 dage i Svendborg og 2 dage i Fredericia. Virksomhederne er under samme kæde, men har individuelle fordele og udfordringer, som jeres løsninger skal kunne tilgodese. Denne opdeling sætter nogle krav til fleksibilitet mht. arbejdslokation, som næsten har samme rejsetid fra Odense.

I vil komme ind i en stærk kultur, hvor alle medarbejdere altid er klar til at hjælpe de andre afdelinger, når der er tryk på, så det kan være at man kommer til at prøve lidt af en anden arbejdsfunktion. Denne kultur vil gøre, at I kommer i forbindelse med hele huset meget hurtigt. Så det vil være en fordel, at man er åben og klar på at give en hånd med.

Derudover I vil komme til at referere direkte til de to hoteldirektører Lise og Einar samt direktøren for Halberg Hotels Tom Pelle. Der er altså ikke langt fra I får ideerne, til de skal implementeres.