



ID: LCG9048 | 18.03.2009 | Kunde: Hilton Hotels Corporation |  
Ressort: Chronik Österreich | Medieninformation

Presseinformation

Wirtschaft/ Umwelt/ Hotellerie

Licht aus! – BILD/ VIDEO

Bilder zur Meldung unter: <http://presse.leisuregroup.at/hilton/earthhour>

Utl.: Hilton Hotels schalten zur "Earth Hour" am 28. März 2009 weltweit für eine Stunde das Licht aus. Mit dabei auch die vier österreichischen Hilton Hotels mit ihren 1.400 Zimmern und 650 Mitarbeitern in Wien und Innsbruck. =

(LCG9048 – Wien, 18.03.2009) Zahlreiche Hotels des Unternehmens werden in ganz Europa am Samstag, den 28. März 2009, ab 20.30 Uhr (Ortszeit) eine Stunde lang nicht benötigte Beleuchtung und Geräte ausschalten.

Vom WWF konzipiert und als Maßnahme gegen die größte Bedrohung aller Zeiten für unseren Planeten gedacht, nutzt "Earth Hour" das schlichte, einstündige Abschalten des Lichtes, um eindrucksvoll zu zeigen, wie wichtig es ist, gegen die globale Erwärmung vorzugehen. "Earth Hour" wurde im vergangenen Jahr in Sydney (Australien) gestartet und wird mit Teilnehmern in über 14 Zeitzonen für die größte freiwillige Stromabschaltung in der Geschichte sorgen.

„Wir helfen Earth Hour™ dadurch, dass wir einfach unser Licht ausschalten und unsere Unterstützung einschalten und können damit zu einer anderen Sicht der Dinge beitragen, wenn es um die wichtigste Herausforderung für die heutige Welt geht“, so Norbert Lessing, Generaldirektor der österreichischen Hilton Hotels. „Ob man einfach darauf achtet, dass das Licht in leeren Räumen ausgeschaltet wird, oder sogar das Abendessen bei Kerzenschein serviert: jede noch so kleine Aktion trägt zur Verringerung der weltweiten Emissionen bei.“

Viele Hilton Hotels in ganz Europa werden an der „Earth Hour“ teilnehmen. Im Rahmen der Aktion wird jede nicht benötigte Beleuchtung im Innen- und Außenbereich ausgeschaltet, oder heruntergefahren. Bei ihrer Ankunft erhalten alle Gäste Informationen über die Teilnahme des Hotels an der „Earth Hour“ und werden gebeten, das Licht in ihren Zimmern auszuschalten, um ihre Unterstützung zu dokumentieren. Außerdem hat auch jedes Hotel einige hervorragende Ideen zum Energiesparen, die umgesetzt werden. Und das reicht vom Abendessen im Kerzenschein über spezielle und gesellige „Earth Hour“-Veranstaltungen bis zur Gestaltung eines „Earth Weekend“ voller Aktivitäten, wobei es immer darum geht, den Energieverbrauch weitestgehend zu drosseln.

Die Earth Hour-Initiativen von Hilton fügen sich in das Engagement des Unternehmens ein, sich in Umweltdingen auf nachhaltigere Arbeitsmethoden zu verlegen. Im vergangenen Jahr erzielte man Energieeinsparungen von mehr als zehn Prozent im gesamten Bestand von mehr als 80 Häusern in Europa. Auch der Wasserverbrauch fiel um eindrucksvolle fünf Prozent, was fast 75 Schwimmbecken im Olympia-Format oder der unglaublichen Menge von 187 Mio. Ein-Liter-Wasserflaschen entspricht. Seit Beginn des „we care!“-Programms ist es Hilton auch gelungen, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß pro Übernachtung um fast elf Prozent zu verringern, sodass die Emission von insgesamt 10.200 Tonnen CO<sub>2</sub> durch die Hotels vermieden wurde, was 2.200 Autos weniger auf den Straßen

entspricht.

Diese eindrucksvollen Zahlen konnte Hilton durch die europaweite Umsetzung seiner Umweltinitiative "we care!" erreichen. Das Programm wurde im Januar 2006 in Europa und Afrika eingeführt, um die Hotels und ihre Mitarbeiter zu ermutigen, Initiativen und optimale Verfahrensweisen in Gang zu setzen, um echte und messbare Verringerungen in punkto Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Ausstoß, Wasserverbrauch, Abfallerzeugung und Einsatz von Chemikalien zu erreichen.

Es ist klar, dass uns die aktuelle Debatte über den Klimawandel den Handlungsbedarf für alle vor Augen geführt hat. Weil immer mehr Leute bei der Buchung auch auf ihr Gewissen und ihre Überzeugungen achten, ist es unvermeidlich, dass Hoteliers ihr Engagement zum Umweltschutz zeigen und kommunizieren müssen, erläutert Lessing. "Unser "we care!" Programm ist zusammen mit unserer Unterstützung für "Earth Hour" ein Schritt nach vorne, um als Unternehmen mehr Verantwortung zu zeigen. Wir sorgen uns bei Hilton alle um die Umwelt und engagieren uns mit Nachdruck dafür, einen Unterschied zu machen."

Zwtl.: Über "we care!"

Die im Januar 2006 gestartete "we care!"-Kampagne von Hilton ermöglicht den Mitarbeitern Veränderungen in ihrem Arbeitsumfeld und zu Hause, wobei das Hauptaugenmerk auf vier wichtigen Umweltthemen liegt: Energieeffizienz, Wassereffizienz, Abfallverringerung und Minimierung der Luftverschmutzung. Zweck dieser Initiative ist es, ein Umdenken herbeizuführen, sodass die Mitarbeiter Verbesserungsmöglichkeiten erkennen und dann umsetzen können. "we care!" ist auch eine aktive Ermutigung für die Lieferanten von Hilton, ihre Umweltverantwortung zu verbessern, optimale Verfahrensweisen zu nutzen und Umweltinitiativen vor Ort zu unterstützen.

Das Globalziel von "we care!" ist die Verringerung des Energieverbrauchs um 15 Prozent und des Wasserverbrauchs um 10 Prozent bis zum Jahr 2009 (wobei die Werte von 2005 als Ausgangsbasis dienen). Bisher haben über 16.000 Hilton-Mitarbeiter an den "we care!"-Workshops teilgenommen und 6.000 Mitarbeiter (in 54 Ländern) haben Online-Umweltfortbildungskurse absolviert.

Zwtl.: über die Hilton Hotels Corporation.

Die Hilton Hotels Corporation ist das weltweit führende Unternehmen in der Hotelindustrie mit mehr als 3.000 Hotels und 500.000 Zimmern in 80 Ländern und Regionen sowie weltweit 100.000 Mitarbeitern. Die Hotels werden als Eigentums-, Management- oder Franchise-Hotel geführt. Dazu zählen Hilton® als die bekannteste Hotelmarke der Welt sowie die angesehenen Marken Conrad® Hotels & Resorts, Doubletree®, Embassy Suites Hotels®, Hampton Inn®, Hampton Inn & Suites®, Hilton Garden Inn®, Hilton Grand Vacations®, Homewood Suites by Hilton®, Home2Suites, The Waldorf=Astoria Collection® und die brandneue Marke Denizen Hotels.

Die Hilton Family of Hotels befolgt die Philosophie ihres Gründers Conrad Hilton: "Es war und bleibt unsere Verantwortung, die Erde mit dem Licht und der Wärme der Gastfreundschaft zu erfüllen." Das Unternehmen hat seinen unvergleichlichen Serviceleistungen, die es zu der am besten bekannten und angesehenen Hotelgruppe gemacht haben, einen Markennamen gegeben: be hospitable®. Diese Philosophie bestimmt das Tun und Handeln in allen elf Marken der Hilton Family of Hotels und ist die Inspiration für die übergreifende Botschaft des freundlichen Entgegenkommens und Großmuts.

(SERVICE: Website: <http://www.earthhour.org> und <http://www.hiltonwecare.com>)

Das Bildmaterial steht zum honorarfreien Abdruck bei redaktioneller Verwendung zur Verfügung.  
Weiteres Bild- und Informationsmaterial finden Sie im Pressebereich unserer Website unter <http://www.leisuregroup.at>.  
(Schluss)

Rückfragehinweis:

Hilton Vienna, Claudia Wittmann

Tel.: (+43 1) 71700-12003, E-Mail: [claudia.wittmann@hilton.com](mailto:claudia.wittmann@hilton.com)

leisure communications, Alexander Khaelss-Khaelssberg

Tel.: (+43 664) 856 3001, E-Mail: [khaelssberg@leisuregroup.at](mailto:khaelssberg@leisuregroup.at)