

Best Western Hotels Deutschland GmbH

Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung AHGZ

Samstag, 9. Februar 2008

Ausgabe: 6

Fachzeitschrift / wöchentlich

Verkaufte Auflage: 12.823

Verbreitete Auflage: 17.337 Seite: 5 / oben links

Gedruckte Auflage: 23.517 Suchbegriff: **Best Western Hotels**

Allgemeine Hotel- und
Gastronomie-Zeitung

10443 - 4 - SHE - ZS - 11159155 - (O)

Kosten für Gas, Strom und Öl senken

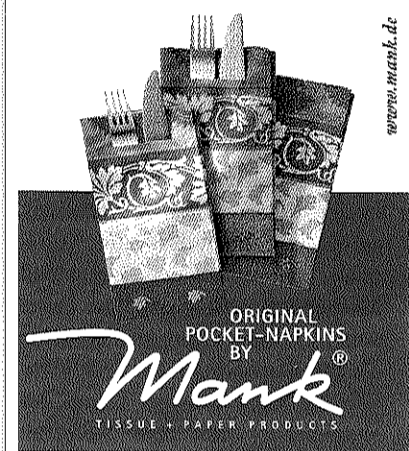
STUTT GART. Energiepreise schrauben sich in astronomische Höhen. Täglich melden die Medien neue Preissteigerungen für Gas, Strom oder Öl. Schon heute machen die Energiekosten in Hotellerie und Gastronomie bis zu 10 Prozent des Jahresumsatzes aus, Tendenz steigend. Weitere Zunahmen können dabei für so manchen Betrieb das Aus bedeuten.

Kostensenkung beim Energieeinkauf und -verbrauch wird zum elementaren Bestandteil der Existenzsicherung im Gastgewerbe. Lernen können dabei die Großen von den Kleinen und umgekehrt.

Die Umwelt schützen

Viele Hoteliers und Gastronomen haben Angst, auf Gäste wie ein Geizkragen zu wirken. Das ist unbegründet. Denn Energiesparer sind Umweltschützer. Und Umweltschutz zählt

Anzeige



heute zu den wichtigen Marketinginstrumenten. Umweltbewusst zu handeln ist außerdem gut für die Motivation der Mitarbeiter. Sie gelten im Zweifel lieber als Umweltengel, als dass sie ihrem Chef beim Sparen helfen.

Bei vielen Betreibern kleinerer Hotels hat sich das energiesparende Umweltbewusstsein bereits durchgesetzt. In dem äußerst grün orientierten Schwarzwaldstädtchen Freiburg im Breisgau gibt es mehrere Beispiele dafür. Auf seiner Homepage preist das Clarion Hotel Hirschen etwa drei Energiesparmaßnahmen: eine Grundwasser-Wärmepumpe, Photovoltaik (Stromproduktion durch Solarmodulflächen) und ein Blockheizkraftwerk (BHKW), das Abwärme direkt im Haus in neue Energie umwandelt.

Sich mit anderen vergleichen

Das Best Western Premier Hotel Victoria in Freiburg wurde schon vor einigen Jahren mehrmals hintereinander vom internationalen Hotelverband (International Hotel & Restaurant Association, IH&RA) zum „besten Umwelthotel der Welt“ in der Kategorie Privathotels gekürt. Für beide Hotels sowie für das Hofgarten Hotel B&B in der Stadt wirbt unter anderem die Homepage www.solarregion.freiburg.de.

Nur wenige Kilometer entfernt, am Titisee, heizt Hotelier Klaus-Günther Wiesler sein Seehotel seit fünf Jahren mit einer Holzhackschnitzel-Heizung. Durch dieses Heizkonzept spart er pro Jahr etwa 12.000 Euro Betriebskosten. Beim Start der Anlage 2003 ging Wiesler von einer Amortisationszeit von sechseinhalb Jahren aus. Gemessen an den heutigen Energiepreisen rechnet sich die Anlage schneller. Zahlreiche Privathoteliere, die der Marke Best

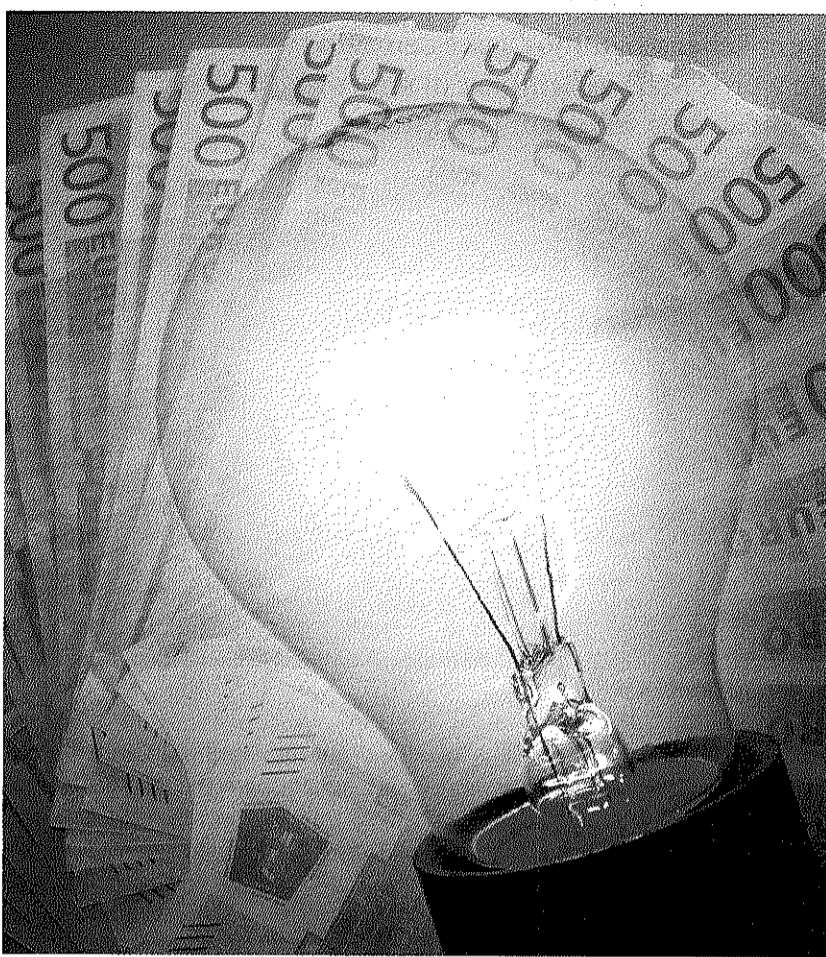
Western angeschlossen sind, setzen Energiesparmaßnahmen erfolgreich um. So hat das Best Western Premier Arosa Hotel in Paderborn ein neues Blockheizkraftwerk in Betrieb, durch das 90 Prozent der eingesetzten Primärenergie des Hotels wieder genutzt werden sollen. Die Anlage arbeitet nach dem Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung und erzeugt damit sowohl elektrischen Strom als auch Wärme. Insgesamt führt das Blockheizkraftwerk im Best Western Premier Arosa Hotel zu einer 40-prozentigen Einsparung der Primärenergie gegenüber der Wärmeerzeugung mit einer Kesselanlage. Eine vergleichbare Anlage ist auch im zweiten Hotel von Betreiber Rudolf Keine installiert, dem Best Western Premier Park Hotel in Bad Lippspringe.

Um Energiesparmaßnahmen im Hotel erfolgreich umzusetzen, sollte man die Mitarbeiter in das Projekt einbinden. Dies zeigt auch das Konzept der Lindner Hotels (AHGZ vom 5. Januar). Dort erhielten die Haus Techniker für jede erfolgreich umgesetzte Maßnahme Tantiemen, das beim Sparen erfolgreichste Hotel bekam einen Preis.

Ketten bilden Umwelteams

Energiesparen ist kein nationales Thema. Deswegen bilden auch die meisten internationalen Hotelgesellschaften inzwischen Umwelteams. Bereits zum zehnten Mal fand jüngst bei den Starwood Hotels die Sicherheits- und Umweltwoche (Annual Starwoods Safety, Security & Environmental Health Week) statt. Ziel der jährlichen Aktion ist es, Einspar- und Optimierungspotenziale bei Energie, Umwelt, Gesundheit und Sicherheit zu finden.

Im Sheraton Frankfurt Hotel & Towers arbeiteten acht Mitarbeiter-teams daran. Die Ideen reichten von Bewegungsmeldern in den Treppenhäusern, um die Lichtenergie zu reduzieren, bis zur Mehrfachverwendung von Druckerpapier. Eher symbolischen Charakter hatte die Aktion eines fünfköpfigen Managerteams, das ge-



Gewusst wie: Hinter der richtigen Sparmethode schlummert Geld Foto: Mauritius Images

meinsam drei Stunden lang den Außenbereich des 1008-Zimmer-Hotels von Unrat und Müll befreite.

Hilfestellung beim Energiesparen bietet die Energiekampagne Gastgewerbe des DEHOGA allen Betriebsarten – von der Eckkneipe bis zum Großhotel – unabhängig davon, ob sie DEHOGA-Mitglied sind oder nicht. Mit dem Programm können Gastronomen ihren eigenen Energieverbrauch und die jeweiligen Kosten kontrollieren und einen Betriebsvergleich mit ähnlichen Betrieben (Benchmark) durchführen.

Die Kampagne wurde im März 2006 vom DEHOGA Bundesverband, dem Hotelverband Deutschland (IHA) und dem Bundesumweltministerium gestartet, um der Branche zu helfen, ihre Kosten für Strom, Warmwasser und Heizung zu senken. Auf

der Internetseite Energiekampagne-gastgewerbe.de können Hoteliers sich anmelden. Hier erhalten sie umfassende Informationen rund um die Initiative inklusive zahlreicher Fallbeispiele. „Bei der Kampagne mitzumachen, bedeutet zunächst einmal Arbeit“, sagt der DEHOGA-Mitarbeiter Matthias Meier. Wer an der Kampagne teilnimmt, muss seine Energiedaten erfassen und in eine dafür vorgesehene Maske auf der Homepage eingeben. Man kann auch ein schriftliches Formular dafür anfordern (telefonische Hotline 0700 726252-42 für 12 Cent/Minute). Die eingesandten Daten werden von Experten mit denen anderer Betriebe verglichen. Alle drei Monate gibt es ein Update. Nur wer sich einen Energieberater von der Empfehlungsliste ins Haus holt, muss diesen bezahlen. Ansonsten ist die Teilnahme kostenlos.

Erfolgreiche Kampagne

„Unsere Kampagne hat inzwischen 3700 Teilnehmer. Zwei Drittel davon sind Hotels, Gasthöfe und Pensionen, das restliche Drittel stellen Gaststätten, Kneipen und sonstige Betriebe“, so Matthias Meier. Wie angesehen die Kampagne inzwischen ist, beweist auch der Beitritt sämtlicher 58 NH-Hotels in Deutschland im November 2007. Die spanische Gruppe verfolgt schon länger ehrgeizige Energiesparziele. (Seite 4) *Susanne Stauff*

- ▶ www.solarregion.freiburg.de
- ▶ www.energiekampagne-gastgewerbe.de

Sparpotenziale

Betriebsbereiche

- ▶ Housekeeping und Zimmer
- ▶ Küche
- ▶ Restaurant
- ▶ Wellnessbereich

Haustechnik

- ▶ Licht
- ▶ Heizung
- ▶ Warmwasser
- ▶ Kälte/Kühleinrichtungen
- ▶ Lüftung/Klimaanlage
- ▶ Gebäude

Management

- ▶ Vertragsabschlüsse
- ▶ Energiemanagement und Mitarbeiterführung
- ▶ Costmanagement und Energiekontrollsysteme
- ▶ Strom- und Gasarifrechner
- ▶ Merkblätter und Schilder
- ▶ Energiemonitoring
- ▶ Erneuerbare Energien
- ▶ Umweltkommunikation/Gästemitwirkung

Quelle: Energiekampagne Gastgewerbe