

# Kompetente Fachinformationen für Sie:

- aktuelle Trends
- komprimierte Fachinfos
- Hintergrundberichte



[www.gastronomie-hotellerie.com](http://www.gastronomie-hotellerie.com)



[www.gv-kompakt.de](http://www.gv-kompakt.de)



- Ihr Plus:  
Sonderhefte 3 Mal jährlich

**huss** HUSS-MEDIEN GmbH · 10400 Berlin · [www.huss.de](http://www.huss.de)

- Zusätzlich erhältlich:  
Jahreskompodium  
Schülermenü 2012

# energie & umwelt

Nachhaltigkeitsspecial

November 2012

**gastronomie  
& hotellerie**  
Das Unternehmer-Magazin

**GVkompakt**  
Fachmagazin für Gemeinschaftsverpflegung

Konzepte | Lebensmittel  
Energie | Wasser

[www.gastronomie-hotellerie.com](http://www.gastronomie-hotellerie.com)

[www.gv-kompakt.de](http://www.gv-kompakt.de)

**huss**  
HUSS-MEDIEN GmbH  
10400 Berlin



## Interview

### Lösungen für Großverbraucher

Jörg Csanitz (links) und Franz Kranzfelder, die Verantwortlichen von Reisner & Frank GmbH, beantworten die Fragen von gastronomie & hotellerie.



FOTOS: REISNER & FRANK

Herr Kranzfelder, seit wann spielt das Thema Nachhaltigkeit bei Ihrer Konzeptentwicklung eine Rolle?

„Bis weit in die 80er Jahre hinein war die Betriebsgastronomie eine Domäne des Personal- und Sozialwesens. In den 90er Jahren begann in großem Umfang ein Outsourcing dieser Einrichtungen. Internationale Dienstleistungsunternehmen (zunächst Caterer) übernahmen die Versorgung in einem der Gastronomie angeschlossenen Tarifverbund. Ab 2000 rüsteten auch Unternehmen des Facility-Managements mit entsprechenden Abteilungen auf und traten als ernstzunehmende Konkurrenten mit Low-Budgets in den Markt. Dies hatte zur Folge, dass sich die Verpflegungsstrategie grundlegend änderte: Frisch und regional eingekaufte Waren wurden in großem Umfang von so genannten Convenience-Produkten aus industrieller Herstellung ersetzt. Reisner & Frank hat seit der Gründung des Unternehmens vor über 15 Jahren erkannt, dass Frische, Handwerklichkeit und Nachhaltigkeit die Bausteine für eine gesunde Gemeinschaftsverpflegung sind.“

Für ein nachhaltiges Betriebskonzept ergeben sich daraus wertorientierte Zielsetzungen, die zugleich in die Planung und Realisierung einfließen sollten. Das Management der Betriebsgastronomie wird diese Werte als Leitlinie für Ausbildung, Training und Führung der Mitarbeiter übernehmen. Damit erhält das dort tätige Team den verbindlichen Rahmen für eine attraktive und nachhaltige Produkt- und Servicequalität.“

Herr Csanitz, wie gehen Sie bei der Umsetzung vor?

„Reisner & Frank konzipieren, planen und realisieren jährlich 10 bis 12 neue Betriebsrestaurants, beraten darüber hinaus ähnlich viele Unternehmen in Sachen Betriebsgastronomie und führen jährlich ebenso viele Ausschreibungen zur operativen Führung von GV-Einrichtungen durch. Dabei haben wir in der Regel Gelegenheit, 30 bis 40 bestehende Einrichtungen zu besuchen. Zur technischen Küchenausstattung ist zu sagen, dass wir für Kochfelder überwiegend Induktionsgeräte verwenden. Während die Anschlusswerte bei Induktionsbetrieb höher liegen, ist der dauerhafte Energieverbrauch im Vergleich zu herkömmlicher Technik um ein Vielfaches

geringer. Lange Aufwärm- und Warmhaltephasen entfallen. Es wird nur dann Energie verbraucht, wenn gekocht wird. Auf Grund unserer Erfahrung wissen wir, dass der Stromverbrauch in Küchen mit Induktionsgeräten um etwa 80 Prozent gesunken ist. Da Großküchen-Geräte wie Konvektomaten und andere Brat- und Kochgruppen nach wie vor hohe Anschlusswerte aufweisen, wird von uns ein Energieoptimierungsverfahren empfohlen, durch welches der Gesamtverbrauch deutlich reduziert werden kann. Die Abwärme neuer Kühlanlagen beziehungsweise Kälte-Verbund-Anlagen lässt sich durch einen Wärmetauscher zur Warmwasseraufbereitung nutzen. Die Geräteindustrie entwickelt heute immer leistungsstärkere Anlagen und technisch hochwertigere Geräte. Sie wird sich aber weiter mit dem Energie-Einsparungspotenzial beschäftigen um hier weitere Erfolge zu erzielen.“

Wie sehen sie, Herr Kranzfelder, die Zukunft für Nachhaltigkeit?

„Umweltschutz und damit auch Nachhaltigkeit kann nur mit dem Gast und Kunden zusammen vereinbart und dadurch zielorientiert umgesetzt und gelebt werden. Reisner & Frank hat hierfür die Marke Leonardi mit seinem modernen und innovativen Frische-Konzept ins Leben gerufen. Bei der Planung eines Leonardi-Betriebes, von denen inzwischen neun im Münchner Raum vertreten sind (Beispiel Seite 10.), wird sehr viel Wert auf Ernährung und Gesundheit im Wechselspiel mit der Umwelt gelegt. Das ist die Zukunft. Das ist Nachhaltigkeit.“

#### Alles aus einer Hand

Mit über 25 Jahren Branchenerfahrung ist das Münchner Unternehmen Reisner & Frank GmbH kompetenter Partner für Auftraggeber aus den Bereichen öffentliche Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Care-Catering, Verkehrs-, Freizeit- und Stadiengastronomie sowie Hotellerie.

Die Mitarbeiter bieten Gesamtkonzepte von der Beratung bis zur Ausschreibung, von der Fachplanung über Konzeption bis zur Realisierung aus einer Hand.

Dabei zieht sich das Thema Nachhaltigkeit, frische, regionale Speisenzubereitung und energieeffizientes Planen wie ein roter Faden durch die Projekte.

#### Beratung speziell für Hoteliers

KREEN steht für Kempinski Renewable Energies und ist ein gemeinsames Unternehmen von Kempinski Hotels, Genf, Marshfield Switzerland, und einer hundertprozentigen Tochter

der Stadtwerke Mainz, der ÜWG Engineering GmbH. Als eigenes Energie-Beratungsunternehmen ist KREEN speziell auf die Belange der Hotellerie zugeschnitten und bietet Betreibern und Eigentümern Beratung, Planung und Projektmanagement im Bereich erneuerbare Energien. Oberstes Ziel ist es, das Energiemanagement unter Berücksichtigung strengster Umweltstandards zu optimieren und so langfristig die Betriebskosten zu senken. Bei Neueröffnungen unterstützt KREEN mit konzeptioneller Beratung und Umsetzung in Sachen effizienter Energienutzung und Einsatz erneuerbare Energien. Zunächst werden die Leistungen den Kempinski-Häusern zur Verfügung stehen. Eine Ausweitung auf andere Hotelgruppen oder -ketten ist mittel- bis langfristig geplant.

#### Kosten- und Leistungsorientiert

Auf das Thema Energieeffizienz hat sich die Deutsche Energie-Agentur (dena) fokussiert.

Gesellschafter sind die Bundesrepublik Deutschland – vertreten durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) im Einvernehmen mit den Bundesministerien für Ernährung, Landwirtschaft und Reaktorsicherheit (BMU) und Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) sowie die KfW Bankengruppe, die Allianz SE, die Deutsche Bank AG und die DZ Bank AG. Die dena arbeitet als GmbH kosten- und leistungsorientiert. Sie bündelt im Themenumfeld von Energiewirtschaft und -politik eine Vielzahl von Kompetenzen und bietet Leistungen mit unterschiedlichen Schwerpunkten an. Kernpunkt: Optimierung der Energieeffizienz. Detailliertere Infos unter [www.dena.de](http://www.dena.de)

**Fazit:** Nachhaltig geht immer: im Restaurant, Hotel, in der Systemgastronomie oder Gemeinschaftsverpflegung. Nachfolgende Praxisbeispiele belegen das eindrucksvoll.

## Aus der Praxis

### Bio und nachhaltig

Über 75 Hotels in fünf Ländern gehören zum Verein der BIO-Hotels. Neben ihren verbindlichen Öko-Standards für Lebensmittel und Kosmetik in allen zertifizierten Häusern, sind die Hotels ebenso im Nonfood-Bereich Vorreiter einer neuen, nachhaltigen Reisekultur: Als erste Hotelangebotsgruppe wurden sie mit dem Label eco hotels certified (ehc) ausgezeichnet. Das Label garantiert, dass die Mitglieder des Vereins auch eine vorbildliche CO<sub>2</sub>-Bilanz vor-



FOTOS: BIO HOTELS



zuweisen haben. Sie durchleuchten dafür ihren Betrieb jährlich hinsichtlich des Verbrauchs von Wasser, Energie sowie des Müllaufkommens. Zu den Mindeststandards für eine Zertifizierung zählen außerdem der Bezug von Ökostrom, die Verwendung von Recyclingpapier und die Bevorzugung von regionalen Produkten. Gleichzeitig ist ehc ein Ansporn zur stetigen Verbesserung: Hotels, die bei Wasser, Energie und CO<sub>2</sub> die besten Werte haben, werden zum Vorbild für andere.

**Tip:** Einzelbetriebe, Hotelgruppen und Destinationen, die sich für Nachhaltigkeit, Umweltschutz und Energieeffizienz engagieren, können sich mit dem Label zertifizieren lassen. Weitere Informationen unter [www.ecohotelscertified.info](http://www.ecohotelscertified.info).

Yvette Schlutter, Geschäftsführerin der Organic Network GmbH, die das unabhängige Label vergibt, erklärt:

„Den größten Hebel für einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck hat neben Ökostrom und einem energieeffizienten Wärme- und Kältesystem eines Hauses die Küche. Wenig oder kein Fleisch und der Verzicht auf Flugware etwa, wirken sich positiv auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz aus.“



FOTO: PRIVATE

### Mit Ökoanspruch

SAND heißt das neue 3-Sterne-Superior-Hotel mit 46 Zimmern am Timendorfer Strand in der Lübecker Bucht, das im Oktober seine Türen öffnete. Das Besondere: Der Name SAND bedeutet »Sand Aspires Natural Design« und definiert den natürlichen Charakter

des Hotels. Naturprodukte stehen so auch im Vordergrund. Die Zimmer sind ausgestattet mit Möbeln aus recycled Teakholz und Betten aus reinen Naturmaterialien. Das »SANDkulinarium« bietet Leckereien hauptsächlich aus der Produktion regionaler Betriebe. Energie wird durch Umwelt schonende Nutzung natürlicher Sonnenenergie und den Betrieb von Blockheizkraftwerken gewonnen. Die Philosophie der Gastgeber Marion und Lambertus Muller ist simpel: Der »moderne

Lifestyle« macht es Gästen leicht, sich zu entspannen und den Urlaub in vollen Zügen zu genießen. Übernachtet wird ab € 39,- pro Person, inklusive Frühstück. Den modernen Lifestyle definiert das Hotel SAND mit Individualität, höchster Qualität sowie Nachhaltigkeit und Natürlichkeit. Natürliche Stoffe und Accessoires aus Strandgut in Kombination mit klaren Farben und edlem Design schaffen im gesamten Hotel ein einzigartiges Ambiente für Momente zum Relaxen.

### Rezept mit Zukunft

2011 startete McDonalds Deutschland unter dem Leitsatz »Rezept mit Zukunft« sein umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm. Der zweite Bericht zur unternehmerischen Verantwortung verdeutlicht eine gute Bilanz nach einem Jahr: Man verzeichnet messbare Fortschritte in vielen Bereichen entlang der Wertschöpfungskette.

Trotz steigender Restaurantanzahl konnten vor allem durch den Einsatz von Strom aus erneuerbaren Quellen die restaurantbezogenen CO<sub>2</sub>-Emissionen um 25 Prozent gesenkt werden. Durch effizienteren Einsatz von Energie verringerte sich ebenso der durchschnittliche Stromverbrauch bei miteinander vergleichbaren Restaurants.

#### Messbare Erfolge

„In unseren täglichen Geschäftsentscheidungen und Planungen spielen ökologische und soziale Belange eine immer größere Rolle. Da-

her freue ich mich sehr, dass wir – auch mithilfe unserer Franchise-Nehmer und Partner – bereits innerhalb eines Jahres deutliche Erfolge erzielen konnten“ so Bane Knezevic, Vorstandsvorsitzender von McDonald's Deutschland. „Dieser Ansatz muss auch in Zukunft das Handeln bestimmen, wenn McDonald's Deutschland wettbewerbsfähig bleiben soll.“ Es ist vorgesehen, dass bis 2014 alle Restaurants mit Energie aus erneuerbaren Quellen versorgt werden und bis 2015 die energetische Optimierung von rund 500 Restaurants erfolgt. >>

# Aus der Praxis



Unter dem Motto »Essen neu entdecken« kommen in der Kantine der Süddeutschen Zeitung ausschließlich frisch zubereitete Speisen auf den Tisch.

Immer mehr Betreiber von Mensen und Kantinen sehen sich, abgerückt von der reinen Verpflegungsfunktion, in der Verantwortung, ihren Gästen täglich frische, abwechslungsreiche und gesunde Kost anzubieten. In der Gemeinschaftsverpflegung sind ausgewogene Ernährung, frische Produkte und Bio-Kost im Trend. Die Leonardi GmbH & Co. KG markiert ein Umdenken in der Betriebsverpflegung und hat sich zur Aufgabe gemacht, mit Frische und Qualität eine besondere Philosophie zu leben. Thomas Kisters, Geschäftsführer von Leonardi, berät Betriebe, wie sie – angefangen bei der

Planungsphase – frisch, nachhaltig und wirtschaftlich arbeiten können. Die Kantine des Verlagsgebäudes der Süddeutschen Zeitung in München-Steinhausen ist ein Beispiel hierfür.

### Auch Großküchen kochen frisch

Unter dem Motto »Essen neu entdecken« kommen ausschließlich frisch zubereitete Speisen auf den Tisch. Vom Marktplatz mit Aktionsbuffet und Antipasti über Frontline-Cooking mit regionalen Spezialitäten bis hin zur Kaffeebar mit Panini-Grill werden die anspruchsvollen Gäste mit Produkten überwiegend aus dem regionalen und lokalen Umfeld verwöhnt. „Das Essen soll Spaß machen und gut schmecken“, erläutert Thomas Kisters. Zudem berücksichtigt sein Leonardi-Konzept eine Minderung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes, setzt energieeffiziente Technik ein, verwendet weitestgehend biologisch abbaubare Produkte und bereitet Lebensmittel schonend zu. Im Betriebsrestaurant der Süddeutschen Zeitung gibt es eine frische, leichte Küche mit mediterranen Nuancen. Für die Mitarbeiter ist das bereits 2008 eingeführte Leonardi-Konzept ein wahrer Gewinn.



**Thomas Kisters, Geschäftsführer von Leonardi GmbH & Co. KG:** „Das Essen soll Spaß machen und gut schmecken.“

## Nachhaltigkeitsstrategie

Die Accor-Gruppe engagiert sich bereits seit langer Zeit für Nachhaltigkeit. Schon vor 20 Jahren führte der Konzern eine Abteilung für Umweltfragen, eine »Umwelt-Charta« für die Hotels und eine Vielzahl von Lösungskonzepten ein, um zur lokalen Entwicklung beizutragen, den Wasser- und Energieverbrauch zu senken und den »ökologischen Fußabdruck« der Accor-Hotels zu verringern.

### Programm aktualisiert

Mit PLANET 21 hat die Hotelkette nun eine neue Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt: 21 Maßnahmen mit ehrgeizigen Zielen, die bis zum Jahr 2015 verwirklicht werden sollen. Sie beinhaltet ein Programm zur Information und verstärkten Mobilisierung von Gästen und Mitarbeitern – um Hotels nachhaltig neu zu erfinden.

## Interview

### Ziele im Fokus

Caroline Andrieux, Sustainability Project & Communications Manager bei Accor, antwortet auf unsere Fragen.



**Wann und von wem wurde der Entschluss zu PLANET 21 gefasst?**  
Um die Glaubwürdigkeit dieses Programms zu garantieren und unser vorhergehendes mit dem Namen Earth Guest abzulösen, haben wir zwei innovative internationale Studien in Auftrag gegeben, um umfassende und objektive Informationen zu erhalten, unsere Bestrebungen zu definieren und unsere Ziele bis 2015 festzusetzen: 2010 ließen wir eine Studie durchführen, die die Erwartungen von internationalen Hotelgästen gemessen hat. Diese zeigte, dass eine nachhaltige Entwicklung bei Freizeit- und Geschäftsreisenden ein zunehmendes Kriterium bei der Hotelwahl darstellt. 2011 veranlassten wir eine Studie zu unserem ökologischen Fußabdruck. Diese ermöglichte uns, genau die Hauptauswirkungen zu messen, Aktionsschwerpunkte zu definieren und neue Herausforderungen zu identifizieren. Basierend darauf haben wir – in Abstimmung intern sowie mit unseren wichtigsten Stakeholdern – umfassende Überlegungen angestellt, um 21 Maßnahmen zu definieren und sie mit wirksamen Handlungsfeldern zu hinterlegen. Dann wurde das neue Programm intern in allen Hauptverwaltungen und Hotels der Gruppe am 11. April 2012 und extern am 12. April 2012 eingeführt.

**Wie lauten die Ziele und Inhalte?**  
Mit dem PLANET-21-Programm machen wir nachhaltige Hotellerie zum Kernelement der Strategie, Entwicklung und Innovation des Konzerns. Es definiert

ehrgeizige Aufgaben und Maßnahmen bis zum Jahr 2015 und beinhaltet ein Programm zur Information von Gästen und Mitarbeitern. Zudem ermutigt es sie, dazu beizutragen, Hotels nachhaltig neu zu erfinden. Die Strategie gliedert sich in sieben Kategorien, 21 Maßnahmen und derselben Anzahl an quantifizierten Zielen für das Jahr 2015. Sie umfasst alle Bestandteile, die es uns ermöglichen werden, unsere Vorreiterrolle und den Vorsprung gegenüber der gesamten Hotelindustrie sowie anderen Branchen zu behaupten.

**In welchen Ländern und in wie vielen Häusern wird PLANET 21 umgesetzt?**  
Alle unsere Mitarbeiter und 4 400 Hotels sind beteiligt. Um die Glaubwürdigkeit des Programms zu garantieren, dürfen die PLANET-21-Kennzeichnungen nur von Hotels verwendet werden, die eine entsprechende Nachhaltigkeitsperformance erreichen. Diese wird anhand einer 65-Punkte-Liste oder durch eine anerkannte externe Zertifizierung überprüft.

**Wie wird das umgesetzt?**  
Zur Umsetzung von PLANET 21 stützen wir uns auf unser weltweites Netzwerk von Koordinatoren, um den Roll-Out sicherzustellen. Wir haben ebenfalls ein E-Learning-Programm zum Thema Nachhaltigkeit eingeführt. Dieses erklärt die weltweiten Herausforderungen von Nachhaltigkeit sowie die Gesten, die alle Mitarbeiter in jedem Bereich des Hotels umsetzen können, um dieses nachhaltiger zu betreiben. Das E-Learning wird 2012/2013 nach und nach eingesetzt. Im Rahmen eines der

21 Ziele des Programms, haben wir beschlossen, uns auf den Erhalt der Ökosysteme, in denen sich die Hotels befinden, zu konzentrieren. Accor ist ein Pionier im Bereich der Wiederaufforstung und hat durch Einsparungen von Wäschereikosten die Pflanzung von über zwei Millionen Bäumen finanziert – dank des verantwortungsbewussten Verhaltens seiner Gäste und Hotelmanager.

**Welche Vorteile sehen Sie für die Hotelgruppe?**  
Dem PLANET-21-Ansatz ging die Beobachtung voraus, dass Accor und seine Marken anderen Unternehmen in der Hotellerie weit voraus sind. Wir sind der einzige internationale Hotelkonzern, der den vier Nachhaltigkeitsindizes angehört: Dow Jones Sustainability Indexes (Agence SAM), ASPI Eurozone (Agence Vigeo), FTSE4Good (Agence EIRIS) und Ethibel Sustainability Indexes (Bureau Ethibel). Alle unsere Maßnahmen haben uns signifikante Kostensenkungen ermöglicht. Nun gehen wir noch weiter, um nachhaltige Entwicklung zu einem echten Vorteil für unsere Marken und Hotels zu machen. Wir sind fest davon überzeugt, dass es zunehmend zu einem wirtschaftlichen Vorteil und Innovationsträger wird. Es ist offensichtlich, dass das Konzept die Teambildung fördert und neue Talente anzieht. Außerdem sichern wir zukünftige Profitabilität, indem wir große Trends vorhersehen (wie zum Beispiel den Anstieg der Wasserpreise, Energie oder Abfallentsorgung). Dies gewährleistet unseren Investoren und Partnern zusätzliche Sicherheit.

**Was ist künftig geplant – im Rahmen von PLANET 21, aber auch an neuen Projekten?**  
Alle unsere Bestrebungen konzentrieren sich auf das Roll Out unseres ambitionierten PLANET-21-Programms. Wir halten Sie über neue Projekte in den nächsten Monaten auf dem Laufenden.



## Interview

### Weniger Verbrauch – gleicher Komfort

Richard Grohe, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Hansgrohe SE im Gespräch mit gastronomie & hotellerie.



FOTO: HANS GROHE

Seit wann beschäftigen Sie sich mit der Entwicklung von Wasser sparenden Produkten?

Das fing in den 80er Jahren an. Eigentlich gab es mehrere Impulse. Zum einen war der effiziente Umgang mit der Ressource Wasser einer der Schwerpunkte unserer eigenen Strahlforschung. Zum anderen steigen gerade für die größeren Hotels die Betriebskosten im Wasser- und Energiebereich immer stärker an, und der sensible Umgang mit dem Thema Nachhaltigkeit im Hotel wird zum wichtigen Differenzierungskriterium. Mittlerweile wurden auch vom Gesetzgeber vor dem Hintergrund des Klimawandels oder akuter Probleme in der Trinkwasserversorgung Vorgaben für den Wasserverbrauch geschaffen, etwa durch Abkommen wie das Kyoto-Protokoll. Und wir wollen natürlich als Industrieunternehmen Standards setzen, die uns im globalen Wettbewerb zu Gute kommen.

Wie kann Wasser und somit gleichzeitig Energie im Hotel gespart werden?

Dies geht nicht einfach nur mit weniger Wasser. Man muss die Effizienz durch entsprechende Technologien verbessern, also mit weniger Wasser mehr Komfort erzielen. Nur so lassen sich Wasser und Energieverbrauch senken. Mit unserer EcoSmart-Technologie für Armaturen und Brausen haben wir eine Ersparnis von rund einem Drittel erzielt. Das hat ein gemeinsames Forschungsprojekt ermittelt, das wir 2011 mit der Hochschule Offenburg und dem nahe gelegenen Europa-Park in Rust, übrigens auch ein innovativ arbeitendes Familienunternehmen, durchgeführt haben. Dort, im 4-Sterne-Erlebnishotel Santa Isabel, wurden in 62 Zimmern EcoSmart-

Varianten der Handbrause Croma 100 Vario installiert, die den Durchfluss auf neun Liter pro Minute senken. Die technische Herausforderung bei der Durchflussregulierung ist, trotz des verringerten Wasserverbrauchs einen gleichbleibend angenehmen Duschkomfort zu erzeugen.

Und das erreicht man wie?

Beispielsweise durch Luftbeimischung, denn das mit Luft angereicherte Wasser hat eine andere Oberflächenspannung, sodass es besser auf der Haut haftet und weniger spritzt. Die Luft verleiht dem Strahl zudem mehr Volumen und Kraft, man hat eigentlich das Gefühl, mit mehr Wasser zu duschen, obwohl der Verbrauch geringer ist. Außerdem sorgen entsprechend auf den niedrigen Wasserdurchfluss angepasste Strahlaustrittsöffnungen für ein Duschen ohne Komfortverlust. Zusätzlich haben wir im Hotel Santa Isabel 110 Waschtischmischer mit neuen Luftsprudlern ausgestattet, die den Wasserdurchfluss von rund 13 Litern pro Minute auf fünf Liter pro Minute begrenzen. Ein Vergleich mit dem nicht umgerüsteten Hotel El Andaluz im Park, das eine identische Belegungsquote aufweist, ergab nicht nur eine deutlich bessere Wassereffizienz, sondern auch eine Energieersparnis. Infolge des gesunkenen Verbrauchs musste auch weniger Energie für die Wassererwärmung aufgewendet werden.

Was bietet Hoteliers und Gästen Orientierung bei Wasser sparenden Brausen und Armaturen, gibt es ein Gütesiegel? Das »Labeling« ist für die Kunden noch ein wenig ungeordnet, da eine große Anzahl von Eco-Labels existiert. Bei der Wahl von Armaturen oder Brausen bietet das europäische Water Efficiency Label (WELL)

Hotelbetreibern und Bauherren Orientierung. Es gibt Auskunft über die Wasser- und Energieeffizienz der Produkte. Das Klassifizierungssystem hilft, den tatsächlichen Mehrwert unserer Armaturen und Brausen in Sachen Effizienz einfach zu erkennen. Drei Armaturen und eine Hansgrohe-Handbrause haben beim Test die Bestnote A des Gütesiegels erhalten.

Kommen die Eco-Smart-Produkte bei der Hotellerie an? Insgesamt entfallen rund 25 Prozent unseres Gesamtumsatzes auf diese Produkte. Gerade in Hotels sind sie sehr beliebt. Dies zeigt auch die hohe Nachfrage nach unserem EcoSmart-Testpaket für Hotelmanager, bestehend aus einem speziellen Messbecher, zwei Hansgrohe-Strahlformern und der Crometta-85-Green-Handbrause. Es hilft, den individuellen Wasserverbrauch und mögliche Einsparpotenziale zu ermitteln. Das funktioniert, weil auch ganz individuelle Parameter wie die monatliche Belegungsquote oder der örtliche Wasserpreis mit berücksichtigt werden. Die Ergebnisse können mit dem Hansgrohe-Sparrechner, der auf unserer Webseite oder als mobile Variante für Smartphones und Tablet-PCs zur Verfügung steht, berechnet und für das gesamte Hotel dargestellt werden.

Wie sieht es mit der technischen Entwicklung von Anlagen für die Brauchwassernutzung aus? Hansgrohe gehört zu den Pionieren im Bereich Grauwasser-Recycling. Seit den 90er Jahren entwickeln wir Anlagen für die Nutzung von Brauchwasser, seit 2009 auch in Kombination mit Technologien zur Wärmerückgewinnung. Allerdings ist die Amortisationszeit dieser Anlagen im Moment noch zu lang. Man kann das vielleicht mit den Anfängen der Solartechnik vergleichen, diese wurde auch erst im Laufe der Jahre rentabel. Für große Hotelbetreiber ist es daher derzeit der einfachste Weg, am »point of use«, der Dusche oder dem Waschbecken, anzusetzen und den Durchfluss von Wasser zu regulieren.

tatsächlichen Wasserersparnis mit internationalem Maßstab. Sofern für die von dem Klassifizierungssystem erfassten Produkte EN-Normen existieren, ist deren Einhaltung Grundvoraussetzung für die Erfüllung eines Wassersparlabels. Bewertungskriterien sind zum Beispiel für Duschköpfe, Duschschläuche und Waschbeckenarmaturen der Durch-

fluss, die Temperatur und für die Sparte Public – die Zeit. Für den Bereich Urinal- und WC-Spülsysteme sind die Kriterien die Menge, also das Spülvolumen, das Spülprogramm und die Hygiene. Mittlerweile haben alle namhaften Hersteller von Armaturen entsprechend zertifizierte Produkte. Mehr Infos unter [www.well-online.eu](http://www.well-online.eu).

## Aus der Praxis

### Erfolgreich im Europa-Park

Walter Mitternacht war bis zu seinem Eintritt in die Altersteilzeit Anfang des Jahres im Europa-Park in Rust nicht nur für die Anlagen-Sicherheit zuständig. Er leitete auch den Bereich Umweltschutz und Energie.



FOTO: EUROPA-PARK

Walter Mitternacht:

„Die Fragestellung war, können wir in einer bestehenden Anlage – wie im Hotel Santa Isabel im Europa-Park – optimierende Maßnahmen bezüglich des Energie- und Wasserverbrauchs durchführen.“

Für die Kooperation zwischen der Hochschule Offenburg, der Firma Hansgrohe und dem Europa-Park in Rust war er somit der erste Ansprechpartner.

Im Rahmen einer Diplomarbeit, betreut von Professor Elmar Bollin von der Hochschule Offenburg, wurden sowohl vor als auch nach dem Einbau der Wasser sparenden EcoSmart-Variante der Handbrause Croma 100 Vario von Hansgrohe im Hotel Santa Isabel Messreihen durchgeführt.

„Mit den Ergebnissen konnten wir äußerst zufrieden sein“, sagt Mitternacht, „32 Prozent Einsparungen im Bereich Wasser und zusätzliche Reduzierungen bei der Energie sind ein überzeugendes Ergebnis.“

Ein weiteres positives Ergebnis der Studie: Auch beim Erwärmen des Wassers konnten bis zu 37 Prozent Energie-Einsparpotenzial erreicht werden. Durch eine verbesserte Pumpensteuerung wurde der Gasheizkessel entlastet und die Energie der Grundwasserwärmepumpe besser ausgenutzt. Nebenbei senkte man den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 19,6 Prozent. „Die Erfahrungen haben wir bei der Planung des gerade erst neu eröffneten Erlebnishotels Bell Rock im Europa-Park berücksichtigt.“ In dem neuen Haus (gastronomie & hotellerie stellt Ihnen das Kleinod in der Dezember-Ausgabe vor. Die Red.) wurden von vornherein Wasser sparende Armaturen und Brausen sowie eine optimierte Heizungsanlage eingebaut.

### Wirtschaftlich und hygienisch

Um die 8 000 Jugendliche, Lehrkräfte, Mitarbeiter der Verwaltung und der Technik gehen in der Verbundschule – bestehend aus der Ernst-Litfaß-Schule, einem Kompetenzzentrum der Druck- und Medienwirtschaft für die Region Berlin-Brandenburg, sowie der Emil-Fischer-Schule, zuständig für die berufliche Bildung im Bereich Hauswirtschaft und Ernährung – ein und aus. Zwei Bäckereien, eine Konditorei, zwei Fleischereien, ein Braukeller, ein Haus- und Textilpflegeraum, eine Betriebswäscherei, zwei Textilwerkstätten, zwei Catering-Projektküchen, acht Lehrküchen, eine Mensa- und eine Seminar Küche gehören zum Ausstattungsprogramm. Sie umfassen rund 1 500 m<sup>2</sup>.

#### Fünf Stunden Arbeit

„Wir sind seit einigen Monaten für die Unterhaltsreinigung der beiden miteinander verzahnten Schulen zuständig“, erläutert Jürgen Form, Geschäftsführer der Form-Dienstleistungs GmbH. „Unser Anforderungsprofil ist eindeutig formuliert“, macht Form klar. „Vor allem in den Küchen müssen wir nicht nur für eine wirtschaftliche, sondern vor allem hygienische Sauberkeit sorgen, da hier die strengen

HACCP-Richtlinien gelten.“ Für die gründliche, tägliche Küchenreinigung sind zwei Mitarbeiter ausschließlich zuständig. Nach fünf Stunden sollten alle Tätigkeiten – einschließlich der Fußbodenreinigung – erledigt sein. Zum Reinigen setzt das Dienstleistungsunternehmen auf Maschinen der IP Gansow GmbH, Unna.

#### Fokus auf die Umwelt

Beim maschinellen Reinigen der GS-Fliesen mit dem kontrarotierenden Planeta-Bürsten-Prinzip, mit dem einige der eingesetzten Maschinen ausgestattet sind, handelt es sich um eine Problemlösung, die nicht nur hygienischen Anforderungen genügt, sondern darüber hinaus auf Grund des geringen Einsatzes von Wasser und Reinigungschemie sowohl besonders wirtschaftlich ist als auch dem Umweltgedanken Rechnung trägt. Es wird ein deutlich besseres Reinigungsergebnis gegenüber den bisherigen Tellerbürsten durch die viel höhere Drehzahl und durch die Mehrfachüberlappung der Subbürsten sowie durch einen größeren spezifischen Druck erzielt. Dies wird besonders bei sehr unebenen und/oder stark strukturierten Verkehrsflächen deutlich, die nur einmal überfahren werden müssen. Dadurch spart das Planeta-Bürsten-Prinzip Zeit, Wasser und vor allem Energie. Außerdem reduziert sich die Stromaufnahme des Bürstenmotors um bis zu 35 Prozent.

**BRITA Professional**

Genuss braucht Wasser. Wasser braucht BRITA®.

**PURITY Steam PURITY C Quell ST**  
Optimale Wasserqualität und zuverlässiges, effizientes Leistungsvermögen von Dampfern und Backöfen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an unseren Vertriebsdienst unter +49 (0) 61 287 46-5765 per E-Mail unter [professional@brita.net](mailto:professional@brita.net) oder informieren Sie sich auf [www.professional.brita.de](http://www.professional.brita.de)