

Neues aus der Energiekampagne.....	1
Nachgefragt: Praxiserfahrungen zur regionalen Beschaffung.....	1
Umschau: Novelle des Kraft-Wärme-Kopplungsgesetzes und Praxisleitfaden Energiemanagement.....	3
Regionales: dena-Modell-Projekt zeigt Wege zu mehr Energieeffizienz.....	4
Aktuelle Termine.....	4

Neues aus der Energiekampagne

Die Initiative Klima-Hotels

Die Klima-Hotels sind eine Gemeinschaft von Hotels, welche es sich zur Aufgabe gemacht haben, Gästen einen klimaschonenden Aufenthalt zu bieten, ohne dass diese auf Qualität und Komfort verzichten müssen. Die nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen werden über ein zertifiziertes Wiederaufforstungs-



projekt in Panama kompensiert. Neben den Themen Energieeffizienz und CO₂-Einsparung stehen die Klima-Hotels außerdem für faire Löhne und Arbeitsbedingungen sowie für die nachhaltige Beschaffung von Produkten aus der Region.

Möchten auch Sie ein Klima-Hotel werden oder mehr über die Klima-Hotels erfahren? Unter www.klima-hotels.de finden Sie weitere Informationen.

Nachgefragt: Praxiserfahrungen zur regionalen Beschaffung – Interview mit Hannes Lichtmanegger vom Berghotel Rehlegg in Ramsau

Seit August 2015 können Gäste in Ihrem Hotel klimaneutral übernachten. Welche Entwicklung hat Ihr Hotel durchlaufen bis es klimaneutral wurde?

„Mein Großvater Sebastian Lichtmanegger hat das Rehlegg 1917 für sich und seine Familie gekauft, die mit acht Kindern ziemlich groß war. Das Rehlegg war damals ein Bergbauernhof. Als der Fremdenverkehr in der Region Einzug hielt, be-

gann man die ersten Gästebetten zu vermieten. Über Jahrzehnte wurde aus dem einfachen Hof unser heutiges Berghotel mit 87 Zimmern und Suiten, Hallenbad, Außenpool, Restaurants und SPA. Mein Cousin und ich haben die Leitung des Betriebes in den 2000ern übernommen und mit meiner Tochter Stephanie steht bereits die vierte Generation in den Startlöchern. Dass Nachhaltigkeit, Achtsamkeit und Respekt vor Natur, Tier und Mensch für uns so wichtig sind, hat sicher stark mit dem Thema Klimaschutz zu tun. Das Rehlegg befindet sich in einer hochsensiblen alpinen Gegend. Zu Großvaters Zeiten hat man sich darüber noch keine Gedanken gemacht.“



Berghotel Rehlegg in Ramsau

© Lichtmanegger

Was hat Sie dazu veranlasst, Ihren Betrieb nachhaltiger zu gestalten und Ihre Produkte regional zu beschaffen?

„Wir sind mit der Region und mit der Bergwelt sehr verwurzelt. Ramsau ist Deutschlands erstes Bergsteigerdorf, es hat sich dem sanften Tourismus verschrieben und trägt das Prädikat „Heilklimatischer Luftkurort“. Vor unserer Haustür befindet sich der einzige deutsche Alpen-Nationalpark und wir sind mittendrin in einer alpinen UNSECO Biosphärenregion. Diese Lage verpflichtet einfach zur Nachhaltigkeit, zu einem geringen CO₂-Ausstoß und einem behutsamen Umgang mit natürlichen Ressourcen.“

Den Aha-Moment hatten mein Cousin und ich auf einem Seminar zum Thema Schweinezucht in München. Dort wurden Ställe vorgestellt, bei denen die Tiere innerhalb von 20 Wochen auf 100 kg gemästet werden. Damals haben wir ganz bewusst den Entschluss gefasst, dass wir das anders machen wollen und begonnen, uns mit lokaler Beschaffung intensiv auseinanderzusetzen. Mittlerweile beziehen wir Fleisch und Fisch ausschließlich aus artgerechter, kleinbäuerlicher Haltung. Auch Eier, Säfte, Wasser, Bier und Gemüse kommen weitestgehend aus der Region. Unseren Einstieg haben wir mit dem „Ruperti Rind“ von einem Chiemgauer Metzger gemacht. Die Umstellung auf 100% Schweinefleisch von Biobauern hat länger gedauert. Das Schwarze Alpenschwein, das in Bayern seit 1907 ausgestorben war, haben wir über eine italienische Schutzorganisation zurückgeholt und lassen es von unseren Partnerbauern züchten. Die Tiere leben bis zur Schlachtung 15-18 Monate in Freilandhaltung. Auch unser Lammfleisch beziehen wir heute zu 100% aus Ramsau und nicht mehr aus Schottland oder Neuseeland, von wo aus es 18.000 km Importweg zurücklegen musste. Unsere jetzige Schaf-Bäuerin ist nur 1,8 Kilometer vom Rehlegg entfernt. Bei uns wird nichts verschwendet und das Tier immer zu 100% verarbeitet.



Das Schwarze Alpenschwein in Freilandhaltung © Lichtmanegger

Als Reisersatz bieten wir unseren Gästen Chiemgau-Korn, auch bekannt als Bayern-Reis. Die Kelterei „Stadler“ aus Piding versorgt uns mit Säften von 1.600 eigenen Obstbäumen, darunter viele alte Sorten. Die Brauerei Wieninger braut exklusiv für uns das Rehbock Bier aus dem fast vergessenen Urkorn „Laufener Landweizen“. Gemüse kaufen wir wenn möglich nicht nur regional, sondern sogar lokal und saisonal. Zudem verwenden wir in unserem Hotel-SPA eine eigene, nach strengen ökologischen Richtlinien hergestellte Pflegeserie. Die Grundlage dafür bilden Heilkräuter und Heilpflanzen, die direkt hinterm Hotel auf einer steilen, völlig unberührten Bergwiese wachsen.

Nachhaltigkeit macht uns einfach Spaß und wir entdecken immer wieder neue Themen an denen wir arbeiten wollen.

Und dieser Einsatz zahlt sich aus: Seit August 2015 übernahmen Gäste bei uns klimaneutral, wir sind von VIABONO mit dem CO₂-Fußabdruck „A“ (Bestnote) ausgezeichnet worden.“



Hannes Lichtmanegger mit Tochter Stephanie und Cousin Franz (v.r.n.l.) © Lichtmanegger

Wie finden Sie Ihre Zulieferer und anhand welcher Kriterien wählen Sie diese aus?

„Wir sind bemüht unser Netzwerk laufend zu erweitern und den Landwirten Anreize zu bieten, damit sie nachhaltiger produzieren. Viele Landwirte sind zunächst skeptisch, lassen sich in der Regel aber doch überzeugen. Weil sie merken, dass wir ihre Arbeit wertschätzen. Wir nehmen uns genügend Zeit, Betriebe vor Ort kennenzulernen. Diese enge Beziehung ist uns sehr wichtig und wir fördern sie unter anderem durch alljährliche Lieferanten-Treffen bei uns im Berghotel. Dann sind alle eingeladen sich zu informieren und auszutauschen. Nicht selten entstehen so wieder neue Projekte. Wir möchten als nächstes einen eigenen Beschaffungsservice für Obst und Gemüse einrichten. Dazu haben wir bereits 5.000 Euro in einen Dorfladen investiert.“

Sie sagen, dass Sie Produkte und Dienstleistungen regional beschaffen, wann immer diese zur Verfügung stehen. Welche Hürden wirft der Bereich der regionalen Beschaffung auf und wie versuchen Sie diese zu überwinden?

„Es gibt Produkte, die lassen sich leider nicht regional beschaffen, Orangen zum Beispiel. Die beziehen wir von einem Bio-Bauern aus Brasilien. Das größte Problem sind oftmals die konstant großen Mengen, die wir als Hotel benötigen und die von kleinen Produzenten schwer zu decken sind. Im letzten Jahr haben wir versucht unseren eigenen Honig zu produzieren, was leider noch nicht so recht funktioniert hat. Aber so ist die Natur nun mal und solche Erfahrungen gehören dazu. Wir werden es heuer trotzdem wieder versuchen.“

Hat die Umstellung Ihres Hotels auf regionale Beschaffung Auswirkungen auf Ihren Umsatz?

„Die Seite der Ausgaben wächst natürlich, wenn man nur qualitativ hochwertige Lebensmittel kauft, vor allem Fleisch und Fisch. Aber wir sparen im Jahr auch rund 100.000 Euro durch Energieeffizienzmaßnahmen und dieses Geld stecken wir konsequent in die Steigerung unserer Nachhaltigkeit. Die Zimmerpreise haben wir aufgrund unseres Engagements nicht erhöht. Wir schauen nicht nur durch die betriebswirtschaftliche Brille, sondern haben riesige Freude an dem, was wir tun. Das hat auch etwas mit Verantwortung zu tun, gegenüber der Natur und den Menschen, die hier leben und Urlaub machen.“

Wie nehmen die Gäste Ihr Engagement auf und wie wirkt es sich auf Ihre Besucherzahlen aus?

„Immer mehr Gäste interessieren sich für die Themen Nachhaltigkeit und regionale Beschaffung und fragen bei den Lebensmitteln gezielt nach. Das war vor einigen Jahren noch nicht so, da lag der Fokus eher auf dem günstigen Preis und nicht auf der Qualität. Es ist schön zu sehen, wie sich das Bewusstsein ändert.“

Was raten Sie anderen Hoteliers, die ihren eigenen Betrieb auf regionale Beschaffung umstellen wollen?

„Ich rate dazu, Geduld zu haben, sich nicht von anfänglichen Rückschlägen entmutigen zu lassen und die propagierten Werte auch wirklich selbst zu leben. Wenn ich nicht authentisch bin, dann glaubt mir auch keiner. Außerdem muss das ganze Team mitgenommen werden. So brauchen Sie zum Beispiel gute Köche, die auch tatsächlich alle Teile eines Tieres zu verwerten wissen und nichts wegschmeißen. Regionale Beschaffung ist erstmal eine große Umstellung. Man kann seine Produkte nicht mehr einfach so – ich sage mal blind – im Internet bestellen, sondern muss sich informieren, nachfragen, in Kontakt treten, Zeit investieren. Aber genau das macht die Arbeit ja auch so spannend.“

Umschau: Den selbst erzeugten Strom bezahlen lassen

Das 2016 novellierte Kraft-Wärme-Kopplungsgesetz (KWKG) fördert den Neubau und die Modernisierung von KWK-Anlagen durch geregelte Einspeisevergütung, Steuererleich-

terung und einen KWK-Zuschlag, abhängig von der Anlagegröße. Das heißt mit anderen Worten: Betreiber von Blockheizkraftwerken (BHKW) können sich den selbst erzeugten Strom bezahlen lassen. Der im BHKW erzeugte Strom wird durch feste Vergütungssätze pro Kilowattstunde gefördert. In Hotels und Gaststätten werden üblicherweise BHKW mit einer elektrischen Leistung unter 50 kWel eingesetzt. Der Förderzeitraum ist für diese Kleinstanlagen auf 60.000 Vollbenutzungstunden begrenzt. Die Höhe der Einspeisevergütung setzt sich aus drei Faktoren zusammen:

- **1. Der Strompreis** Mit dem Netzbetreiber handeln Sie den Preis für den eingespeisten Strom aus. Ist kein Preis vereinbart, gilt der sogenannte „KWK“-Index, der sich vom „üblichen Preis“ der Leipziger Strombörse ableitet. Im vierten Quartal 2016 lag dieser Durchschnittswert bei ca. 3,8 Cent pro kWh.
- **2. Der KWK-Zuschlag** Jede erzeugte Kilowattstunde erhält einen Zuschlag. Dabei ist es irrelevant, ob der Strom ins Stromnetz eingespeist oder selbst genutzt wurde. Jede in das allgemeine Stromnetz eingespeiste Kilowattstunde bekommt einen KWK-Zuschlag von 8 Cent, jede selbst verbrauchte Kilowattstunde 4 Cent.
- **3. Die Vergütung der vermiedenen Netzkosten** Der Strom kann an Ort und Stelle genutzt werden und muss nicht erst lange Strecken zum Einsatzort transportiert werden. Diese vermiedenen Netzkosten werden vom Netzbetreiber berechnet und dem BHKW-Betreiber gutgeschrieben. Sie liegen üblicherweise zwischen 0,05 bis 2 Cent pro Kilowattstunde.

Addiert man diese drei Faktoren, erhält man die Einspeisevergütungen pro Kilowattstunde selbst genutzten Strom und pro Kilowattstunde eingespeisten Strom.

Praxisleitfaden – Energiemanagement in Alpenhotels

Pünktlich zu Jahresbeginn erschien ein Praxisleitfaden mit Tipps und Handlungsempfehlungen zur Umsetzung eines Energiemanagements in Hotels anhand des Praxisbeispiels Wanderhotel Cyprianerhof aus Südtirol. Das Hotel wurde bei den verschiedenen Schritten zur Einführung eines systematischen Energiemanagements begleitet. Die Erfahrungen des Cyprianerhofs sollen anderen Hotels und Gastronomiebetrieben beispiel-



haft zeigen, wie die Einführung eines Energiemanagements im eigenen Betrieb umgesetzt werden kann. Die Empfehlungen und Tipps des Praxisleitfadens beschränken sich nicht auf die Hotellerie des Alpenraums, sondern lassen sich auch auf Hotels in anderen Regionen übertragen. Der Praxisleitfaden steht kostenfrei unter www.alpine-energy.eu zum Download zur Verfügung.

Regionales: dena-Modell-Projekt zeigt Wege zu mehr Energieeffizienz

Wie können Hotels Energie effizienter nutzen, Kosten sparen und den Komfort erhöhen? Und wie sehen finanzierbare Wege zu diesem Ziel aus?



Zweimal jährlich treffen sich die Teilnehmer und ihre Energieberater zum Austausch © dena

Im Modellvorhaben „Check-in Energieeffizienz“ der Deutschen Energie-Agentur (dena) zeigen rund 30 Hotels und Herbergen aus ganz Deutschland, was möglich ist. Das Modellvorhaben läuft über vier Jahre (2015–2018). Es umfasst die Phasen „Energieberatung inklusive Sanierungsfahrplan“, „Umsetzen von Maßnahmen“ (wie beispielsweise dem Einbau eines Blockheizkraftwerks, Dämmung oder Umstellung auf LED-Beleuchtung) und „Monitoring der Ver-

bräuche“. Die dena unterstützt die Unternehmen dabei im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums in Energieeffizienzfragen: Sie bietet den Teilnehmern fachliche Unterstützung, organisiert regelmäßige Treffen zum Austausch und Netzwerken, stellt das Projekt in der Öffentlichkeit vor und berät zur Kommunikation mit Mitarbeitern und Gästen.

Zur Halbzeit wurden bisherige Erkenntnisse aus dem Projekt zusammengefasst. Den Bericht finden Sie zum Download auf der Website des Projekts, ebenso wie den kostenfreien Leitfaden zur Mitarbeiterkommunikation mit vielen Anregungen und Checklisten, wie Hoteliers ihre Mitarbeiter beim Thema Energiesparen einbinden können: www.check-in-energieeffizienz.de.

Aktuelle Termine

EnergieEffizienz 2017

Auf der EnergieEffizienz Messe Frankfurt informieren und beraten zahlreiche Unternehmen und Institutionen zu den Themen Aus- und Weiterbildung, Blockheizkraftwerk, Contracting, Energiecontrollingsysteme, Energieeinsparverordnung und -management sowie zu Erdwärme, erneuerbare Energien, Finanzierung und Fördermittel.

Termin: 6. und 7. September 2017,
Industrie- u. Handelskammer Frankfurt am Main

Link: www.frankfurtmain.ihk.de/veranstaltungen/8/46759/EnergieEffizienzMesse_2016/index

Wöchentlich jeden Dienstag, 10.00–14.00 Uhr

Hotline der Energiekampagne Wir beantworten Ihnen alle Fragen rund um die Themen Energieeffizienz, Energiekosten und die Energiekampagne Gastgewerbe.
Telefonnr.: 0700/ 72 62 52 42 (12 Ct./Min.)

Dieses Projekt wird gefördert von:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

Kontakt

Herausgeber: Energiekampagne Gastgewerbe
c/o DEHOGA Bundesverband
Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin
Fon & Fax 0700/72 62 52 42 (12 Ct./Min.)
energiekampagne@dehoga.de
www.energiekampagne-gastgewerbe.de
© 2017 DEHOGA Bundesverband, Berlin

Layout: pantamedia communications GmbH, Berlin