HGK

Mit uns ist zu rechnen!



NACHHALTIGKEIT SCHAFFT ERLEBNISSE, DIE GÄSTE LIEBEN
SEITE 4

BIO-DESTILLATE NACHHALTIG PRODUZIERT
SEITE 10

MEISER HOTELS - POSITIVER BEITRAG MIT NACHHALTIGKEITSLEISTUNGEN
SEITE 14

DAS MITGLIEDERMAGAZIN

HGK-AKTUELL

Oktober 2025 –
Sonderausgabe Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit leicht gemacht – praxisnah mit der HGK

Liebe HGK-Mitglieder,

einst war Nachhaltigkeit ein Thema für Idealisten – heute ist sie ein unverzichtbarer Bestandteil erfolgreicher Unternehmensführung. Gäste wie Gastgeberinnen und Gastgeber achten gleichermaßen auf ökologische, ökonomische und soziale Verantwortung. Für die Hospitality-Branche bedeutet dies: Wer glaubwürdig nachhaltig handelt, verschafft sich nicht nur einen Wettbewerbsvorteil, sondern investiert auch in eine zukunftssichere Positionierung.

Bei der HGK ist Nachhaltigkeit kein Sonderprojekt, sondern Teil unseres Selbstverständnisses – sie zieht sich wie ein grüner Faden durch alle Leistungsfelder. Auf h-g-k.de finden Sie zu jedem Bereich die nachhaltigen Aspekte unserer Angebote. In dieser Ausgabe der HGK-Aktuell zeigen wir Ihnen praxisnah, wie Sie mit überschaubaren Maßnahmen Umweltbewusstsein im Betrieb verankern und damit spürbar Wirkung erzielen.

Warum gerade nachhaltige Beschaffung ein entscheidender Hebel ist, erläutern die HGK-Nachhaltigkeitsmanager Jan Suwalski und Phillip Valencich im Gespräch. Zudem stellen wir Ihnen HGK-Lieferpartner vor, die nachhaltiges Handeln erleichtern:

- Hygreen unterstützt Sie mit einem nachhaltigen Reinigungskonzept, das Sauberkeit verbessert, Reinigungszeit, Chemikalien und Wasserverbrauch reduziert.
- Lyreco, Spezialist für Bürobedarf, Arbeitskleidung, Catering- und Hygieneprodukte, zeigt, wie sich Einkaufsprozesse ressourcenschonend und gleichzeitig wirtschaftlich gestalten lassen.
- Dschinn verbindet hochwertige Bio-Destillate mit dem Anspruch verantwortungsvoller Produktion.
- Riegel Bioweine beweist seit 40 Jahren, dass 100 % Bio kompromisslos möglich ist.
- Elis etabliert mit einem zirkulären Textilservice ressourcenschonende Kreisläufe.
- DR.SCHNELL und BASF setzen mit biobasierten Rohstoffen neue Maßstäbe in der Sanitärreinigung.

Darüber hinaus gewähren die Meiser Hotels spannende Einblicke in ihre gelebte Nachhaltigkeitsstrategie, die mit dem GreenSign-Zertifikat ausgezeichnet wurde. Freuen Sie sich auf inspirierende Beispiele und konkrete Lösungen, die zeigen: Nachhaltigkeit ist keine Last, sondern eine Chance – und mit der HGK leichter umsetzbar als gedacht.

Ihr HGK-Team

Inhalt

02 VORWORT

03 NEUE MITGLIEDSBETRIEBE | NEUER LIEFERANT

04 NACHHALTIGKEIT SCHAFFT ERLEBNISSE, DIE GÄSTE LIEBEN!

07 HGK-PARTNER LYRECO UNTERSTÜTZT BEIM NACHHALTIGEN EINKAUF

08 MIT EINEM NACHHALTIGEN REINIGUNGSKONZEPT BESSERE SAUBERKEIT ERZIELEN

10 DSCHINN – BIO. SCHNAPS. KULTUR.

11 SO MACHT BIOWEIN FREU(N)DE

12 NACHHALTIGKEIT IM SERVICEKREISLAUF VON ELIS

13 NACHHALTIGE SANITÄRREINIGUNG AUF BASIS NACHWACHSENDER ROHSTOFFE

14 MEISER HOTELS – GELEBTE NACHHALTIGKEIT UND VERANTWORTUNGSBEWUSSTES HANDELN

Impressum

VERLAG / HERAUSGEBER UND ANSCHRIFT DER REDAKTION:
HGK Hotel- und Gastronomie-Kauf eG
Yorckstraße 3 | 30161 Hannover
Tel: 0511 37422-100 | Fax: 0511 3742244
info@h-g-k.de | h-g-k.de
rechtliche Vertretung / Vorstandsvorsitzender: Dr. Urban Uttenweiler

VERANTWORTLICH:
Rowina Schymiczek, Leiterin Marketing, PR und Online-Vermarktung

REDAKTION:
Redaktionsausschuss der HGK Hotel- und Gastronomie-Kauf eG

HERSTELLUNG:
WIESENDANGER medien GmbH
Dr.-Schalk-Straße 27 | 82418 Murnau

AUFLAGE: 10 / 2025

ERSCHEINUNG: Viermal im Jahr in Printform im Wechsel mit der HGK-Aktuell Kompakt in digitaler Form.

BILDER: Titelseite: Adobe Stock © Deemerwha studio, Seite 4: Adobe Stock © Keltma, Seite 6: © HGK, Seite 7: Adobe Stock © Thares2020, Seiten 8 und 9 © Hygreen UG, Seite 10: © Dschinn GmbH & Co. KG, Seite 11: © Peter Riegel Weinimport GmbH, Seite 12: © Elis Group Services GmbH, Seite 13: © DR.SCHNELL GmbH & Co. KGaA, Seite 14: © Meiser Hotels

Diese Ausgabe umfasst die Beilage unseres Liefer- und Dienstleistungspartners DIPASCH D.P.Schmits GmbH.

Diese Ausgabe der HGK-Aktuell wurde auf nachhaltigem Papier gedruckt.

Neue Mitgliedsbetriebe

Neue Mitgliedsbetriebe vom 13.08.2025 bis 09.09.2025

Lieblingsbar
Herrenhäuser Markt 5
30419 Hannover
lieblingsbar.de

Mister Q
Raschplatz 5
30161 Hannover
misterq.de

Lucky7Bar
Raschplatz 5
30161 Hannover
lucky7bar.de

Restaurant Tammenshof
Steinhausstraße 72
26831 Bunde
tammenshof.de

Die HEILSBACH gGmbH
An der Heilsbach 1
66996 Schönau
dieheilsbach.de

Hotel & Restaurant
Brinckwirth
Bahnhofstraße 41
48607 Ochtrup
hotelbrinckwirth.de

Neuer Lieferant

RATIOTEC GMBH & CO. KG
Max-Keith-Str. 66
45136 Essen
Tel.: 0201 36149-0
E-Mail: info@ratio-tec.de
ratiotec-connect.com
Artikelprogramm: ratiotec CONNECT (Pager-, Service- und/oder Kellnerruf, digitale Temperaturkontrolle, Table Tracking) und Bargeldmanagement
Ihr Vorteil: 2 % Skonto, 1 % Bonus

Unsere Motivation ist es, Prozesse zu vereinfachen und unsere Kunden im Alltag zu entlasten. Abläufe sind nur dann effizient, wenn sie klar, sicher und durchdacht funktionieren. Seit 2003 entwickeln und produzieren wir in Essen Technologien, die Komplexität reduzieren und sich nahtlos integrieren. Als Entwickler und Hersteller unseres CONNECT-Systems bieten wir intelligente Lösungen für Temperaturüberwachung, Tracking, Servicerufe, Pager-Systeme und Service-Roboter. Ergänzt wird unser Portfolio durch Cash-Handling-Produkte wie Zähl- und Prüfmaschinen, die Präzision und Zuverlässigkeit bieten.

B Bundesweite Lieferung möglich

Anzeige





Mehr als ein Trend: Nachhaltigkeit schafft Erlebnisse, die Gäste lieben!

Immer mehr Gäste entscheiden bewusst: Sie wollen übernachten und genießen, wo **Umweltbewusstsein** und **Verantwortung** spürbar sind. Für Hoteliers und Gastronominnen und Gastronomen wird **nachhaltige Beschaffung** damit zum klaren **Wettbewerbsvorteil** – sie schafft **Vertrauen**, stärkt das **Image** und sorgt für echte **Begeisterung** bei den **Gästen**. Doch wo anfangen, **welche Produkte** wählen und wie das Team mitnehmen? Im Interview zeigen **Jan Suwalski und Phillip Valencich**, Nachhaltigkeitsmanager bei der HGK (TÜV), wie **Betriebe Schritt für Schritt** nachhaltiger wirtschaften können – mit **praxisnahen Lösungen, inspirierenden Ideen und Partnern**, die den Weg in eine grünere Zukunft erleichtern.

WELCHE ROLLE SPIELT NACHHALTIGE BESCHAFFUNG FÜR DIE HOSPITALITY-BETRIEBE?
Jan Suwalski: *Nachhaltige Beschaffung ist heute ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Gäste erwarten umwelt- und sozialverträgliche Angebote. Sie stärken das Markenimage, senken langfristig Kosten, minimieren Risiken in der Lieferkette und fördern eine werteorientierte Unternehmenskultur, die Mitarbeitende motiviert.*

MIT WELCHEN SERVICES UNTERSTÜTZT DIE HGK BETRIEBE IM BEREICH NACHHALTIGKEIT?
Phillip Valencich: *Wir unterstützen Betriebe beim Einstieg in die Nachhaltigkeit mit praxisnahen Workshops sowie dem „First Moves Canvas" für bestehende und neue Maßnahmen. Ergänzend vermitteln wir passende, geprüfte Lieferpartner, die nachhaltige Produkte und Lösungen anbieten. Eine nachhaltige Einkaufsanalyse hilft dabei, bestehende Einkaufsprozesse zu bewerten und Optimierungspotenziale in ökologischer wie ökonomischer Hinsicht aufzudecken. Somit wird Nachhaltigkeit strukturiert, praxisnah und partnerschaftlich umgesetzt.*

PRODUKTE UND SORTIMENTE, DIE SICH FÜR EINEN NACHHALTIGEN EINSTIEG ANBIETEN:
Phillip Valencich: *Besonders geeignet sind Lebensmittel, Reinigungsmittel, Textilien, To-Go-Artikel und energieeffiziente Geräte. Bio-, saisonale und fair gehandelte Lebensmittel verbessern nicht nur die Umweltbilanz, sondern auch das Image beim Gast. Ökologische Reinigungsmittel, nachhaltige Verpackungen und Mehrwegsysteme reduzieren zudem Müll und Chemieeinsatz. Textilien aus Bio-Baumwolle und langlebige Geräte senken langfristig Kosten und Ressourcenverbrauch. Besonders sinnvoll ist der Einstieg über regelmäßig genutzte Produkte – hier zeigt sich der Effekt schnell und wirtschaftlich.*

WIE SIEHT EINE NACHHALTIGE EINKAUFSANALYSE IN DER PRAXIS AUS?
Jan Suwalski: *Wir sichten die Einkaufsdaten und erstellen eine kostenfreie Einkaufsanalyse, die sich speziell mit nachhaltigeren Alternativen im Bereich Food & Nonfood sowie den in Anspruch genommen Dienstleistungen auseinander-*

setzt. Auf dieser Basis geben wir Empfehlungen zu Produkten und Maßnahmen, um unseren Mitgliedsbetrieben ein nachhaltigeres Handeln so einfach wie möglich zu machen.

GIBT ES HOTELBEREICHE, IN DENEN NACHHALTIGE BESCHAFFUNG BESONDERS GROSSE AUSWIRKUNGEN HAT?
Phillip Valencich: *Küche, Housekeeping und Technik bieten den größten Hebel. Besonders im F&B-Bereich lassen sich durch regionale, biologische und fair gehandelte Produkte erhebliche ökologische und soziale Effekte erzielen. Im Housekeeping sorgen umweltfreundliche Reinigungsmittel und langlebige Textilien für weniger Chemieeinsatz und Abfall. Energieeffiziente Geräte und wassersparende Systeme im technischen Bereich senken langfristig Kosten und den CO_2-Fußabdruck deutlich.*

WELCHE WIRTSCHAFTLICHEN VORTEILE BRINGT DIE ZUSAMMENARBEIT MIT UMWELTFREUNDLICHEN LIEFERANTEN?
Jan Suwalski: *Die Zusammenarbeit kann durch effizientere Verpackungen und langlebige Produkte Kosten senken, Qualität und Zuverlässigkeit der Waren erhöhen und Lieferketten stabilisieren. Zudem lassen sich nachhaltige Produkte gezielt im Marketing einsetzen, was neue Gäste anzieht und eine Preisanpassung rechtfertigen kann.*

UNTERSTÜTZEN DIGITALE TOOLS NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN?
Jan Suwalski: *Digitale Tools helfen Hotels und Restaurants dabei, nachhaltiger zu wirtschaften, indem sie Prozesse transparenter, effizienter und ressourcenschonender gestalten. Zum Beispiel ermöglichen digitale Bestell- und Warenwirtschaftssysteme eine bessere Mengenplanung, wodurch Lebensmittelverschwendung reduziert wird. Papierlose Buchhaltung und digitale Kommunikation senken den Verbrauch von Ressourcen wie Papier, Toner und Transportenergie. Außerdem liefern digitale Auswertungstools wichtige Daten für Nachhaltigkeitsberichte und helfen, Einsparpotenziale bei Energie, Wasser oder Abfall systematisch zu erkennen.*

SOLLTEN HOTELS UND GASTRONOMIEN BESONDERE DATEN IM BLICK HABEN?
Jan Suwalski: *Wichtige Kennzahlen sind Energie- und Wasserverbrauch, Wareneinsatz und Lebensmittelverschwendung, um ökologische und wirtschaftliche Ziele gezielt zu steuern. Auch Abfallmengen, Recyclingquoten und Produktherkunft (z. B. regional, bio, fair) sind wichtige Daten, die im Blick behalten werden sollten. Digitale Tools helfen dabei, diese Daten transparent zu erfassen, Auswertungen zu erstellen und Einsparpotenziale zu erkennen, um Maßnahmen gezielt einzusetzen.*

MÜSSEN BETRIEBE MIT BESONDEREN HERAUSFORDERUNGEN BEI NACHHALTIGEN LIEFERANTEN RECHNEN?
Phillip Valencich: *Bei der Umstellung auf nachhaltige Lieferanten müssen Betriebe mit höheren Preisen, begrenzter Produktverfügbarkeit und veränderten Arbeitsabläufen rechnen. Sie lassen sich mit gezielter Produktwahl, enger Kommunikation, Mitarbeiterschulungen und Orientierung an anerkannten Siegeln bewältigen. Langfristig überwiegen die Vorteile – etwa Kosteneinsparungen, bessere Qualität und ein stärkeres Nachhaltigkeitsprofil.*

HÜRDEN BEIM EINSTIEG IN DIE NACHHALTIGKEIT UND WEGE ZUR ÜBERWINDUNG:
Phillip Valencich: *Zeitmangel, Unsicherheit und fehlende Akzeptanz im Team sind typische Hürden. Kleine, messbare Maßnahmen, Team-Einbindung, Orientierung an Standards und externe Unterstützung schaffen Sicherheit. Nachhaltigkeit sollte als Chance für Qualität, Effizienz und Gästezufriedenheit verstanden werden.*

RELEVANTE ZERTIFIZIERUNGEN UND ASPEKTE FÜR BETRIEBE SIND?
Jan Suwalski: *GreenSign, EU-Ecolabel, Bio-Zertifizierungen und Fairtrade sind besonders relevant, da sie Umwelt- und Sozialstandards klar abbilden. Die Zertifikate sollten zur Betriebsform passen, transparent und unabhängig geprüft sein. Auch Aufwand, Kosten und Integration bestehender Maßnahmen müssen berücksichtigt werden. Der neue VSME-Reporting-Standard der EU ermöglicht kleinen und mittleren Unternehmen einen freiwilligen, vereinfachten Rahmen zur ESG-Berichterstattung. Er enthält ein Basismodul mit wenigen, praxisnahen Kennzahlen und setzt auf das „if applicable"-Prinzip, wodurch nur über relevante Themen berichtet werden muss. So ermöglicht er Betrieben, Nachhaltigkeitsleistungen transparent darzustellen, ohne den bürokratischen Aufwand der großen ESRS-Standards und schafft gleichzeitig Vertrauen bei Kunden, Banken und Partnern. Wir haben diesen Bericht auch in diesem Jahr als eine der ersten Firmen in Deutschland veröffentlicht.*

VORGEHENSWEISE FÜR BETRIEBE BEI ZERTIFIZIERUNGEN – TIPPS FÜR DIE UMSETZUNG:
Jan Suwalski: *Ein strategischer Einstieg in den Zertifizierungsprozess beginnt mit einer Bestandsaufnahme der bereits umgesetzten Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Betriebe sollten sich klare Ziele setzen und hinterfragen, welches Zertifikat zur eigenen Ausrichtung und zum Aufwand-Nutzen-Verhältnis passt. Eine gute Vorbereitung der Daten, klare Zuständigkeiten im Team und ein realistischer Zeitplan sind entscheidend für den Erfolg. Wichtig ist auch, den Prozess offen zu kommunizieren – gegenüber Mitarbeitenden wie Gästen.*

WAS RATEN SIE BETRIEBEN, DIE HEUTE MIT DER NACHHALTIGKEIT STARTEN WOLLEN?
Phillip Valencich: *Mit kleinen, gut kontrollierbaren Schritten beginnen – etwa bei Lebensmitteln, Reinigung oder Abfall. Wichtig ist, das Team einzubeziehen und Nachhaltigkeit als gemeinsames Projekt zu gestalten. Statt Perfektion zählt ein transparenter, kontinuierlicher Prozess, der nach innen wirkt und nach außen sichtbar gemacht wird.*

UNTERSTÜTZT DIE HGK DEN AUSSER-HAUS MARKT IN BEZUG AUF DEN UMGANG MIT SCOPE3 UND NACHHALTIGEN PRODUKTINFORMATIONEN?
Jan Suwalski: *Primärdaten zu Scope-3-Emissionen oder zu produktspezifischen Umweltwirkungen wie Wasserverbrauch oder CO_2-Fußabdruck liegen bei unseren Lieferpartnern. Die HGK ermöglicht ihren Mitgliedern aber über digitale Management- und Controlling-Lösungen wie HGK-BackOffice und HGK-ChefsCockpit die Erfassung und Auswertung von Verbrauchsdaten. Diese Daten bilden eine wichtige Grundlage, um interne Prozesse zu analysieren,*

Einsparpotenziale zu identifizieren und daraus Rückschlüsse auf indirekte Umweltwirkungen (Scope 3) zu ziehen – etwa bei Energie-, Wasser- oder Materialeinsatz. Wir schaffen somit strukturelle Voraussetzungen, damit Betriebe im Außer-Haus-Markt ihre eigenen Nachhaltigkeitsziele besser steuern und dokumentieren können.

WIE BRINGEN SIE PRODUKTE UMWELTSCHONEND ZUM KUNDEN? WELCHE INNOVATIONEN MACHEN IHRE LIEFERPROZESSE NACHHALTIGER? (Z.B. REDUZIERTE VERPACKUNG)

Phillip Valencich: *Wir organisieren den Zugang zu Produkten und Services über Partnerlieferanten. Die Anlieferung der Waren und die Bestimmung von Lieferart und Lieferwegen erfolgt über die Lieferpartner selbst.*

HGK-CHECKLISTE FÜR DEN NACHHALTIGEN EINSTIEG IN HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

1. Bestandsaufnahme & Zieldefinition
- Welche nachhaltigen Maßnahmen gibt es bereits?
- Wo entstehen aktuell die größten Umweltwirkungen?
- Welche Ziele sollen in den nächsten 6–12 Monaten erreicht werden?

2. Nachhaltiger Einkauf
- Einkaufsdaten analysieren: Welche Produkte lassen sich durch nachhaltigere Alternativen ersetzen?
- Auf glaubwürdige Siegel achten (z. B. EU-Ecolabel, Bio, Fairtrade).

Fokus auf Produktbereiche mit großem Hebel:
- Lebensmittel: bio, saisonal, regional, fair
- Reinigung: ökologische Mittel, Dosiersysteme
- Textilien: langlebig, zertifiziert
- Technik & Energie: LED, effiziente Geräte

3. Digitalisierung nutzen
- Warenwirtschaft und Bestelltools zur Reduktion von Lebensmittelverschwendung einsetzen
- Papierlose Buchhaltung einführen
- Energie-, Wasser- und Abfalldaten systematisch erfassen.

4. Mitarbeitende einbinden
- Schulungen zu nachhaltigem Verhalten anbieten
- Workshops zur Ideenfindung und Sensibilisierung durchführen
- Nachhaltigkeit ins Leitbild und in die Teamkommunikation integrieren

5. Kommunikation & Transparenz
- Nachhaltigkeitsaktivitäten sichtbar machen (Website, Social Media, vor Ort).
- Siegel und Zertifikate verständlich erklären – keine unbelegten „Green Claims".
- Nachhaltigkeit aktiv im Dialog mit Gästen ansprechen

6. Schrittweise Zertifizierung angehen
- Passende Siegel auswählen (z. B. GreenSign, EU-Ecolabel)
- Zeitplan, Zuständigkeiten und Ziele festlegen
- ESG-Reporting vorbereiten – z. B. mit dem neuen VSME-Standard

7. Herausforderungen realistisch einschätzen
- Mögliche höhere Preise und veränderte Abläufe einkalkulieren
- Lösungen über gezielte Produktauswahl und enge Lieferantenbeziehungen entwickeln
- Auf langfristige Vorteile setzen: Kostenreduktion, Qualität, Image.

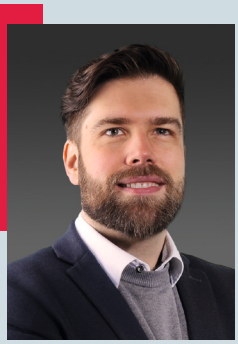
BEI FRAGEN ZU NACHHALTIGER BESCHAFFUNG, ZERTIFIZIERUNGEN ODER PRAXISNAHEN MASSNAHMEN STEHT IHNEN UNSER NACHHALTIGKEITSTEAM GERN ZUR VERFÜGUNG:



JAN SUWALSKI KURZ VORGESTELLT

Seine Laufbahn begann mit einer Ausbildung zum Hotelfachmann, bevor er ins digitale Marketing wechselte – zunächst auf Agenturseite, später im Automotivsektor. Seit 2018 ist er Projektleiter bei der HGK mit den Schwerpunkten Online-Marketing und Nachhaltigkeitsmanagement. Neben seiner Branchenerfahrung bringt er berufsbegleitende Weiterbildungen als Online-Marketingmanager, Revenue-Manager und TÜV-zertifizierter Nachhaltigkeitsmanager ein.

KONTAKT
Jan Suwalski
Tel.: +49 511 37422-163
E-Mail: j.suwalski@h-g-k.de



PHILLIP VALENCICH KURZ VORGESTELLT

Nach seiner Ausbildung zum Hotelfachmann sammelte er internationale Erfahrung als F&B Supervisor in England, im Hotelmanagement-Studium in Holland und bei einem Praktikum in den Emiraten. Zurück in Deutschland übernahm er Führungspositionen als Restaurantleiter und F&B Manager, führte zeitweise sein eigenes Restaurant und wechselte schließlich zur HGK. Bei der HGK optimiert er Einkaufsprozesse für Mitglieder und ist seit 2025 TÜV-zertifizierter Nachhaltigkeitsmanager.

KONTAKT
Phillip Valencich
Tel.: +49 511 37422-140
E-Mail: p.valencich@h-g-k.de

Nachhaltiger einkaufen – So unterstützt der HGK-Partner Lyreco dabei!



Auch die Hospitality Branche steht vor der Herausforderung, ihre **Beschaffungsprozesse umweltfreundlicher** zu gestalten, Emissionen zu reduzieren und gleichzeitig **höchste Qualitätsstandards** einzuhalten, ohne dabei die Kosten völlig aus dem Auge zu verlieren – genau hier setzt Lyreco an.

Schließlich achten heute immer mehr Gäste darauf, wie nachhaltig Hotels und Restaurants handeln. Der Einkauf spielt dabei eine **zentrale Rolle**: Jede Tasse Kaffee, jedes Stück Seife und jeder Block Notizpapier hinterlässt Spuren. Genau hier **unterstützt Sie Lyreco** – mit Lösungen, die nachhaltiges Handeln einfacher machen.

Ob **Kaffee & Cateringartikel, Reinigungs- und Hygieneprodukte, Arbeitskleidung oder Bürobedarf**: Bei Lyreco finden Sie alles, was Sie für Ihren Betrieb brauchen – aus einer Hand.

Diese Möglichkeiten bietet Lyreco Ihnen für einen nachhaltigeren Einkauf:

- **Single Sourcing:** Dank breitem Sortiment erhalten Sie die Produkte von einem Lieferanten – bedeutet: weniger Verwaltungsaufwand, weniger Lieferungen.
- **Sustainable Selection:** Nachhaltigere Alternativen auf einen Blick erkennen und bequem auswählen.
- **Recycling-Services:** Von Toner bis Schreibgeräte – Wertstoffe zurückführen und Kreisläufe schließen.
- **Umwelt-Report:** CO_2-Ausstoß Ihrer Bestellungen transparent im Blick behalten und gezielt reduzieren.
- **Recyclebare Verpackung & effizienter Transport:** Ressourcenschonende Lösungen, die Emissionen reduzieren. Ein Teil der Lyreco Auslieferungsflotte fährt voll elektrisch.

„Bereits kleine Schritte im Einkauf können eine große Wirkung haben. Genau da helfe ich gerne – passende Alternativen finden, Emissionen senken und dabei sogar Kosten sparen“, sagt Außendienstmitarbeiter Christoph Braukmann, persönlicher Ansprechpartner bei Lyreco.

Bei Lyreco selbst ist **Nachhaltigkeit** fest in der **Unternehmensstrategie** verankert. Die Firma verfügt über diverse **ISO-Zertifizierungen**, wurde bereits fünfmal in Folge mit **EcoVadis-Gold ausgezeichnet** und engagiert sich mit einem eigenen **Bildungsprogramm**, das Kindern weltweit bessere Bildung ermöglicht.

Seit 2008 engagiert sich die Lyreco-Gruppe mit dem Spendenprogramm **„Lyreco for Education“ für bildungsschwache Kinder**. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Lyreco-Niederlassungen organisieren dafür regelmäßig Aktionen und Projekte. So konnten bereits über **4 Millionen Euro gesammelt** und Kinder in Bangladesch, Kambodscha und Madagaskar sowie in vielen weiteren Ländern unterstützt werden. Aktuell fließen die Spenden von Lyreco for Education in das Projekt in Bahir Dar, **Äthiopien**, einem der 25 ärmsten Länder der Welt. Ziel ist es, die **Einschulungsrate zu erhöhen, Schulabbrüche zu verringern** und die **Bildungsqualität** vor Ort zu verbessern – zum Beispiel durch die Renovierung von Klassenzimmern, dem Zugang zu Trinkwasser und der Errichtung von Sanitäranlagen.

Wenn Sie ein Beratungsgespräch wünschen oder Fragen zu nachhaltigerer Beschaffung haben, steht Ihnen das Lyreco-Team gern zur Verfügung.

KONTAKT

Christoph Braukmann
Lyreco Deutschland GmbH
Lyreco-Straße 4
30890 Barsinghausen
Tel.: +49 152 22838105
E-Mail: christoph.braukmann@lyreco.com
lyreco.de



Was man als nachhaltigkeits-bewusster Betrieb in der Reinigung beachten sollte!

Eine nachhaltige Reinigung wird oft gleichgesetzt mit dem Einsatz von ökozertifizierten Reinigungsmitteln und der Reduzierung von Kunststoffverpackungen. Das allein macht die Reinigung aber nicht nachhaltig. Denn **Unwissenheit**, eingefahrene Prozesse und mangelnde Schulung führen oft dazu, dass **viel Reinigungschemie** mit **viel Wasser in den Abfluss** gespült wird. Das belastet die Umwelt, die Gesundheit der Mitarbeitenden, greift Materialien an und verursacht zusätzliche Kosten.

Im folgenden Text erfahren Sie, welche Punkte bei der Umsetzung eines nachhaltigen Reinigungskonzepts in Ihrem Betrieb besonders wichtig sind:

NACHHALTIGES REINIGEN. EINE DEFINITION.
„Umweltbewusst reinigen bedeutet hygienisch und sauber zu reinigen und gleichzeitig die Gesundheit und die Umwelt möglichst gering zu belasten", so das Umweltbundesamt.*

Wählen Sie **geeignete Reinigungsmittel** in sparsamer Dosierung und gestalten Sie Reinigungsprozesse effizient. Achten Sie dabei auf sinnvoll **ausgewählte Materialien** – möglichst nachhaltig produziert – sowie auf **geeignete Geräte** und Maschinen. So kann das Reinigungspersonal die Arbeit ergonomisch, gesundheits- und umweltfreundlich ausführen, während sich Ihre Gäste rundum wohlfühlen.

WORAUF SIE BEI REINIGUNGSMITTEL ACHTEN SOLLTEN!
- Reinigungsmittel sollten ökozertifiziert sein, noch wichtiger ist jedoch, schädliche Inhaltsstoffe zu vermeiden.
- Reiniger mit einem hohen Prozentsatz flüchtiger organischer Verbindungen, sogenannte VOCs (bspw. Alkohole, Aldehyde und organische Säuren), können die Gesundheit schädigen und die Arbeitsfähigkeit einschränken.
- Zu starke Säuren oder zu alkalische Reiniger schädigen Materialien und die Gesundheit (besonders Haut und Atemwege).
- Nutzen Sie Konzentrate, die über eine Dosieranlage sparsam dosiert werden. Das reduziert den Chemieeintrag ins Wasser und spart Geld. Wichtig: Kontrollieren Sie regelmäßig.
- Falsch eingesetzte Reiniger bilden Beläge, die wieder aufwendig mit mehr Chemie und Zeitaufwand entfernt werden müssen.
- Übrigens: Oft wird über die Spülmaschine die größte Menge „Reinigungschemie" ins Abwasser geleitet. Dosieren Sie niedrig und vermeiden Sie chlor- und phosphathaltige Produkte.

**Quelle: Umweltbundesamt, „Umweltbewusst reinigen – nachhaltig und hygienisch", 2011, www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/4162.pdf?utm_source=chatgpt.com1*

DEFINIEREN SIE FESTE REINIGUNGSSTANDARDS UND ABLÄUFE.

Überprüfen Sie Ihre **Reinigungsabläufe auf Effizienz**, den richtigen Maschineneinsatz und Materialien im Hotelzimmer, in Public oder in der Küche. Nachstehend einige Beispiele:

- Statt den ganzen Eimer mit Wasser und Reinigungsmittel zu füllen, kann man die Mopps vortränken – also nur so viel Flüssigkeit aufnehmen lassen, wie nötig ist.
- Nutzen Sie die passenden Materialien für die jeweilige Oberfläche. Ein großes Poliertuch bei viel Glasflächen im Zimmer ermöglicht schnelleres und ergonomischeres Reinigen.
- Prüfen Sie, ob Sie die richtigen Mopps für den jeweiligen Boden verwenden. Mit einem Teleskopstiel und ergonomischem Griff sparen Sie Zeit und Kraft.
- In der Küche trifft man oft auf zu kleine oder verschmutzte Schrubber, kaputte Abzieher und auf den übermäßigen Einsatz von Wasser. Das ist ineffizient und hinterlässt Rückstände.

Das Reinigen im Hotel und in der Küche ist körperlich anstrengend und kann die Gesundheit belasten. Prüfen Sie deshalb regelmäßig die **Effizienz der Reinigungsprozesse**, organisieren Sie **Schulungen**, schaffen Sie **körperliche und gesundheitliche Erleichterung** und vermeiden Sie einseitige Belastung. Mitarbeitende sind Ihr wichtigstes Kapital und Ausfälle kosten Geld und verursachen Stress im Team.

IHR WEG ZUR NACHHALTIGEN REINIGUNG AN EINEM PRAXISBEISPIEL.

Bei HyGreen schauen wir auf den **gesamten Prozess** und bieten dazu die passenden Reinigungsmittel an, um ein **umwelt- und gesundheitsfreundliches** sowie **materialschonendes Reinigen** zu ermöglichen. Und um Kosten zu sparen. Voraussetzung hierfür ist eine Analyse der aktuellen Reinigungssituation, die kostenfrei vor Ort durchgeführt wird, um einen Maßnahmenplan sowie einen Reinigungsplan zu erstellen. Zudem wird das Personal ausführlich geschult: Dies beinhaltet auch Spezialthemen wie Grundreinigung von Böden, Kalkentfernung oder Teppichreinigung.

DIE UMSETZUNG AM PRAKTISCHEN BEISPIEL

Ein Mitgliedsbetrieb der HGK war mit der aktuellen Reinigungssituation unzufrieden. Kalkablagerungen stellten ein Problem dar – sowohl auf den Duschgläsern und Fliesen im Wellnessbereich als auch in der Küche, wo sich kalkgebundene Schmutzreste gebildet haben. Im Eingangsbereich und auf einigen Vinylböden haben sich Reinigungsmittelrückstände angesammelt, und in einigen Zimmern sowie im Meetingbereich sind Teppichflecken sichtbar. Nach einer Analyse wurden daraufhin gezielte Maßnahmen umgesetzt und das Personal entsprechend geschult.



Boden und Oberflächen

Für alle Oberflächen, auch Glas und Böden nutzen wir nur einen Reiniger (TGF1 Surface/Dermatest sehr gut/keine VOCs) auf Enzym- und Mikroorganismenbasis. Er sorgt für streifenfreie Böden ohne Rückstände bei 0,3 % Dosierung mit vorgetränkten Mopps (spart Wasser und „Mittel"), ist auch für Holzböden geeignet. Lästiges Grundreinigen der Beläge in der Lobby und Zimmern entfällt zukünftig. Auf Oberflächen/Glas kann man einfach „schaumsprühen", wischen und trocknen lassen. Ebenso im ganzen Restaurantbereich. Ihr Reinigungspersonal ist schneller, ärgert sich nicht über Wischstreifen und muss nicht auspolieren.
Die Grundreinigung der Böden erfolgt vorab mit Einscheibenmaschine (Bürste) und einem biotechnischen Spezialreiniger, der die harzigen Schichten einfach entfernt.

Badezimmer

Im Bad kommt ein milchsäurebasierter Unterhaltsreiniger (TGF 2 Bath/Dermatest sehr gut/keine VOCs) zum Einsatz. Spart bis zu 10 Liter Wasser pro Zimmerreinigung, da nicht vorgewässert wird. Er belastet nicht die Atemwege und ermöglicht sauberes Arbeiten auch in engen Duschen ohne Husten/Atemnot. Reinigung erfolgt mechanisch mit Schwamm oder Bürste, um Kalkanhaftungen und häufiges Grundreinigen zu verhindern. Die Kalkbeläge auf dem Glas der Duschtür werden vorab mit einer ökozertifizierten Putzpaste „wegpoliert". Kalkstreifen in der Toilette werden mit einem Stick aus gepresstem, recyceltem Glas entfernt, statt aggressiver Säure.

Teppich

Für Teppich nutzt man den TGF 4 Carpet (Enzym plus Mikroorganismen): Entfernt 99 % aller Flecken mit Teppichbürste im Unterhalt, bzw. mit Duplex oder mit Reinigungspad in der Grundreinigung. Es können im laufenden Betrieb Flure und auch Zimmer gereinigt werden. In der Unterhaltsreinigung werden neue Flecken damit sofort mit Teppichbürste und Tuch entfernt.

Küchenreinigung

In der Küche nutzen wir nur einen Reiniger enzymbasiert (TGF3 Gastro) für alle Oberflächen und Boden. Er hat ebenfalls nur 0,008 % VOCs und spart signifikant Wasser im Einsatz und man verzichtet auf aggressive Fettlöser. Für die Spülmaschine wird TGF 5 Dishwashing Pro eingesetzt mit 1,5 g/Liter ohne Chlor und Phosphate. Er bietet gegenüber einigen etablierten Marken somit bis zu 50 % Einsparpotenzial.

Das Ergebnis: Eine perfekte, nachhaltige Kombination mit minimalem Reinigereinsatz und einem auf die Gesundheit der Mitarbeitenden optimierten Prozess.

Bei Fragen oder Vereinbarung einer Reinigungsanalyse bei Ihnen vor Ort melden Sie sich gern bei Hans Heller.

KONTAKT
Hans Heller
HyGreen UG
Waldschmidtstr. 26
60316 Frankfurt
Tel.: + 49 151 14014068
E-Mail: heller@hygreen-plus.com
hygreen-plus.com

HyGreen+









DSCHINN
bio|schnaps|kultur

Dschinn – Bio.Schnaps.Kultur

Der Name Dschinn wurde lange vor dem Gin Boom gefunden. Dschinn kommt aus dem Arabischen – der gute Geist aus der Flasche. Dieser gute Geist lebt aber nicht nur in den **hochwertigen Bio-Destillaten**, vielmehr auch von dem Anspruch **nachhaltig und verantwortlich** zu produzieren. Als Großhändler für Bio-Spirituosen steht Dschinn für mehr als nur guten Geschmack. Die Produkte erzählen Geschichten – von Schweizer Kulturgut und Handwerkskunst, regionalen Zutaten und einem tiefen Respekt für Mensch und Umwelt.

Bio-Brände mit Charakter
2004 startete die junge Firma mit einem **kleinen Obstbrandsortiment** des Spitzenbrenners Lorenz Humbel, einer der Biopioniere in der Schweiz. Die Humbel Spezialitätenbrennerei ist besonders bekannt für ihre reinsortigen Kirschbrände – der Kirschschnaps ist die Ikone des Schweizer Kulinarik-Erbes. Der mehr als **100 Jahre alte Familienbetrieb** steht für die Bewahrung alter und seltener Obstsorten sowie für die **Pflege von alten Hochstammkulturen** auf seinen Streuobstwiesen, die besonders wertvoll für die Biodiversität sind.

Bio – von der Wurzel bis ins Glas
Bald wurden **weitere Barspirituosen entwickelt,** wie Grappe aus kleinen, handwerklichen Brennereien, verschiedene Gins, klassischer Cognac, feinfruchtige Liköre und andere. Ob Kräuter, Beeren oder Getreide – alles **ökologisch zertifiziert** und ohne synthetische Zusätze. Die Brennerei Auer aus Nenzingen am Bodensee destilliert den „The Beauty Gin“ und „The Beast Gin“ mit **handverlesenen Bio-Botanicals** aus der Region – für ein authentisches Geschmackserlebnis, das die Vielfalt und Schönheit der Heimat widerspiegelt.

Fair Trade – fairer Genuss
Das Sortiment umfasst auch **Fair Trade-zertifizierte Produkte**, wie Rum aus nachhaltigem Anbau. Die Bio-Melasse, die in der Schweiz weiterverarbeitet wird, stammt aus Paraguay, so unterstützt Dschinn faire Arbeitsbedingungen und soziale Projekte in den Ursprungsländern. Das Besondere am Rum Guajira Barricas: er **reift** in **gebrauchten Obstbrandfässern**, die dem Rum eine besondere Süße und einzigartige Note verleihen und das ganz ohne Zugabe von Zucker.

Kurze Wege. Klare Herkunft.
Der Großteil der **Destillate wird exportiert**, vor allem an die deutsche Tochtergesellschaft **Riegel Bioweine**. Das bedeutet **kurze Transportwege** zum Lager in Orsingen. Die Bestellungen werden, wenn möglich, in Kombination mit einer Riegel-Bestellung zum Kunden ausgeliefert. Das **spart Transportwege, Kosten und CO_2-Emissionen**.

Verantwortung, die man schmeckt
Mit jeder Flasche aus dem Dschinn-Sortiment werden **ökologische Landwirtschaft, faire Handelsbeziehungen und regionale Wertschöpfung** gefördert. Bio-Spirituosen – für Menschen, die mit gutem Gewissen genießen wollen.

KONTAKT
Björn Ibsen
Dschinn GmbH & Co. KG
Steinäcker 12
78359 Orsingen-Nenzingen
Tel.: +49 7774 9313502
E-Mail: b.ibsen@humbel.de
bioschnapskultur.de

riegel bioweine









So macht Biowein Freu(n)de

Bioweinspezialist Riegel blickt auf 40 Jahre Unternehmensgeschichte zurück und beweist, dass **100 % BIO** keine Kompromisse erfordert. Der von Peter Riegel 1985 gegründete Großhandel zählt mit mehr als **1.000 Weinen** heute zu den **Top 10 der Weinbranche in Deutschland** und ist eines der erfolgreichsten Biounternehmen am Markt. **Respekt vor Umwelt und Klima** sowie **langfristige Beziehungen** zu Lieferanten, Kunden und Mitarbeitern prägen bis heute die sichtbar gelebte Unternehmenskultur.

Auf dem Weg in eine Grüne Logistik
Ein wesentlicher Aspekt der Umweltpolitik bei Riegel ist aktuell die **Reduktion von Verpackungsgewicht** und die Senkung von transportbedingten Emissionen. Weine im **1-Liter-Mehrweg** sind seit 1991 ein fester Bestandteil im Sortiment. **Etwa 1,4 Millionen Flaschen**, die von zertifizierten Betrieben in der Region gefüllt und gespült werden, sparen so jährlich **250.000 kg CO_2-Emissionen**. Seit 2024 wächst auch der Anteil von Weinen in der 0,75-l-Poolflasche der Mehrweg eG. Durch die **Mehrfachverwendung** der Pfandflaschen **reduzieren** sich lange Transportwege ins europäische Ausland und die Menge an Glasmüll durch Einwegflaschen. Der Einsatz von Leichtglas, glaslose Verpackungen wie Kegs bilden weitere Bausteine im Sortiment.

Weniger ist mehr
Für **kleinere Lieferungen** bis 150 kg wird seit 2021 die halbe **Cone Pal-Palette** aus Wellpappe (Gewicht 1,4 kg) eingesetzt, diese ersetzt die Euro-Palette aus Holz (20 kg). So werden nicht nur 76.000 kg Gewicht und damit 1,8 Tonnen CO_2e, sondern auch 50 % des Frachtvolumens mit 10 Tonnen CO_2e pro Jahr eingespart. Die ökonomische und ökologische Ersparnis: 144.082 tkm, die nicht gefahren werden. Unbeschädigte Paletten werden zurückgenommen und wiederverwendet.

Klimakompetenz
Seit 2020 arbeitet das Familienunternehmen, Träger des Umweltpreises 2022 für Unternehmen in Baden-Württemberg, an seinem **Standort dekarbonisiert**. Im Rahmen der klimapolitischen Ziele des Umweltministeriums Baden-Württemberg und der Stiftung Allianz für Entwicklung und Klima will **Riegel als Bündnispartner** freiwillig seine CO_2-Emissionen bis 2031 um 65 % gegenüber 2020 senken.

Soziales Engagement
Neben klimarelevanten Themen setzt sich die Geschäftsführung langfristig auch mit **gesellschaftlicher** und **sozialer** Entwicklung auseinander. 2011 gründete Peter Riegel den gemeinnützigen **Förderverein Good Grapes for a Better Life e.V.** Im Juli 2025 erhielt das Unternehmen den **Lea-Mittelstandspreis Baden-Württemberg** in der Kategorie 20-149 Mitarbeiter. Die Jury prämierte das langjährige soziale Engagement des Weinimporteurs für benachteiligte Menschen vor allem in Südafrika. Die Auszeichnung wird an Unternehmen verliehen, die sich über ihr eigenes Tagesgeschäft hinaus für andere Menschen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt einsetzen.

KONTAKT
Henry Mühlbauer
Peter Riegel Weinimport GmbH
Steinäcker 12
78359 Orsingen-Nenzingen
Tel.: +49 151 54424551
E-Mail: h.muehlbauer@riegel.de
riegel.de

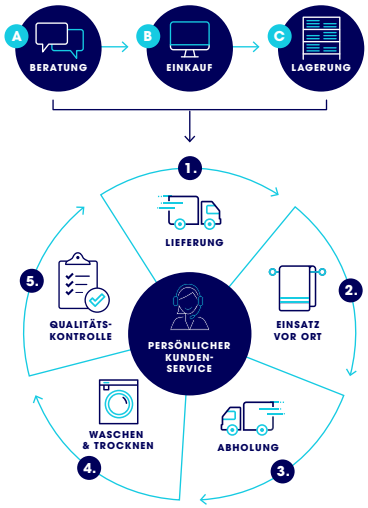
Nachhaltigkeit im Kreislauf: Wie Elis Hotels und Restaurants unterstützt







Nachhaltigkeit ist längst mehr als ein Trend – sie ist ein Muss. Gerade in der Hospitality-Branche, wo täglich große Mengen an Textilien im Einsatz sind, zählt jeder Beitrag zur Ressourcenschonung. Als führender Textildienstleister **unterstützt Elis** Hotels und Restaurants mit einem **zirkulären Geschäftsmodell,** das Umweltbewusstsein und Wirtschaftlichkeit vereint.



Der Servicekreislauf von Elis

Das Prinzip ist einfach und wirkungsvoll: Elis liefert die saubere Wäsche, holt sie verschmutzt wieder ab, bereitet sie nach höchsten Hygienestandards auf, kontrolliert die Qualität, repariert, tauscht bei Bedarf aus und liefert zurück. Alles aus einer Hand: Einkauf, Logistik, Reparatur, Pflege. So bleiben Textilien so lange wie möglich im Kreislauf und werden ressourcenschonend genutzt.

Nachhaltigkeit ohne Kompromisse

Ein aktuelles Beispiel für nachhaltige Innovation findet sich im Bereich Hotel: Alle **Bettwäschesortimente** von **Elis** bestehen wie bisher aus **50 % Baumwolle und 50 % Polyester.** Neu ist, dass der **Polyesteranteil** nun vollständig aus **recyceltem Material** stammt. Das Besondere: Die **Polyesterfasern** sind von **Baumwolle** umgeben, sodass Gäste nur die weiche, **feuchtigkeitsregulierende Baumwolle** spüren. „Unsere neue Bettwäsche zeigt: Nachhaltigkeit muss nicht teurer sein – und sie geht nicht zulasten von Qualität oder Komfort“, sagt Sascha Wiemer, Commercial Director ICS & Hospitality bei Elis.

Recycling weitergedacht – vom Flaschen- zum Textilkreislauf

Noch entsteht das **recycelte Polyester aus PET-Flaschen** – ein wichtiger Zwischenschritt, der zeigt, wie **leistungsfähig Recycling** sein kann. Doch Elis denkt weiter. Ziel ist es, Polyester künftig aus Textilien zu recyceln und damit den Kreislauf vollständig zu schließen. Auch in der Gastronomie setzt Elis Maßstäbe: Eine **Schürze** aus dem Sortiment besteht bereits heute zu **100 Prozent aus recycelten Materialien** – eine echte Innovation auf dem Markt. Bei der Auswahl der Textilien achtet Elis ebenfalls auf **Nachhaltigkeit**. Viele Produkte tragen renommierte **Öko-Siegel** wie EU Ecolabel, Grüner Knopf oder OEKO-TEX® Made in Green. Ein wichtiges Argument für immer mehr Kunden.

Ambitionierte Klimastrategie

Elis verfolgt eine **klare Klimastrategie**, die von der Science Based Targets Initiative (SBTi) validiert wurde. Damit verpflichtet sich das Unternehmen, den **CO_2-Ausstoß** Schritt für Schritt deutlich **zu senken** – durch **effizientere Prozesse, moderne Technik** und **Investitionen in innovative Lösungen**. Ein Beispiel ist die neue Hydroanlage am Standort Mörlenbach, die bis zu **80 % des Waschwassers wiederverwendet** und so einen wichtigen Beitrag zur Ressourcenschonung leistet.

Anerkannte Nachhaltigkeitsleistung

Die kontinuierlichen Fortschritte werden auch extern anerkannt: 2025 erhielt Elis die **Gold-Auszeichnung von EcoVadis** und gehört damit zu den besten 5 % von weltweit 150.000 bewerteten Unternehmen.

Vor Ort präsent

Mit 46 Standorten in Deutschland und Österreich ist Elis immer nah bei seinen Kundinnen und Kunden und verbindet regionale Präsenz mit internationaler Kompetenz.

Erkundigen Sie sich nach den attraktiven HGK-Konditionen!

KONTAKT

Gordon Meinecke
Key Account Sales Manager Hospitality
Elis Group Services GmbH
Daimlerstraße 73
22761 Hamburg
Tel. +49 151 19154019
E-Mail: gordon.meinecke@elis.com
elis.com

Nachhaltige Sanitärreinigung: DR.SCHNELL und BASF setzen auf nachwachsende Rohstoffe



In Zeiten steigender Anforderungen an Umwelt- und Klimaschutz nimmt die professionelle Reinigungsbranche eine wichtige Rolle in der nachhaltigen Transformation ein. Ein aktuelles Beispiel liefert die **Kooperation** zwischen **DR.SCHNELL, dem führenden Hersteller professioneller Reinigungs- und Hygienelösungen, und dem Chemiekonzern BASF**. Gemeinsam setzen sie neue Maßstäbe für umweltfreundlichere Lösungen in der Sanitärreinigung.

Biobasierte Rohstoffe statt fossiler Chemie
Kern der Innovation ist der Einsatz von **Lutropur® MSA EcoBalanced**, einer Methansulfonsäure, die im Rahmen eines zertifizierten Biomassenbilanz-Verfahrens von BASF hergestellt wird. Sie ersetzt in mehreren Produkten von DR.SCHNELL – darunter MILIZID ECO, MILIZID SHINE ECO und EASY QUICK S – vollständig die fossile Variante dieses Rohstoffs. Hergestellt aus **nachwachsenden Rohstoffen** wie **organischen Abfällen**, ermöglicht die neue Methansulfonsäure eine signifikante Reduzierung des CO_2-Fußabdrucks, ohne die Produktleistung zu beeinträchtigen.

Methansulfonsäure ist aufgrund ihrer hohen Wirksamkeit und gleichzeitig guten biologischen Abbaubarkeit ein zentraler Bestandteil vieler ökologisch zertifizierter Sanitärreiniger. Die **Umstellung bei DR.SCHNELL** erfolgt ohne **Änderung in der Formulierung** – Anwender:innen in Hotellerie und Gastronomie können auf bewährte Qualität vertrauen und gleichzeitig bewusster handeln.

Klimavorteil ohne Kompromisse bei der Wirkung
„Mit diesem **innovativen Rohstoff-Novum** unterstreichen wir unsere **Vorreiterrolle im Sanitärbereich** und übernehmen bewusst einmal mehr Verantwortung. Durch den Einsatz von **Biomasse aus der EU** in der Wertschöpfungskette unserer Produkte statt internationaler fossiler Rohstoffe spart DR.SCHNELL **300 Gramm CO_2-Emissionen pro Kilogramm** Rohstoff ein“, sagt Dr. Axel Schlossbauer, Hauptabteilungsleiter Produktsysteme bei DR.SCHNELL. Die Berechnung des Product Carbon Footprints (PCF) erfolgt unter Berücksichtigung der biogenen CO_2-Emissionen. „Was bedeutet das für unsere Kund:innen? Mit jeder Flasche MILIZID ECO, MILIZID SHINE ECO und EASY QUICK S tragen sie dazu bei, die Lieferkette der professionellen Reinigungschemie ein gutes Stück **nachhaltige**r zu machen – bei unverändert **hervorragender** Wirksamkeit.“

Die **Biomassenbilanzierung** folgt einem Prinzip, das mit dem Ökostrommodell vergleichbar ist: Der Anteil nachwachsender Rohstoffe wird zertifiziert erfasst und bestimmten Produkten rechnerisch zugewiesen. So kann der PCF der Endprodukte um bis zu **100 % gesenkt** werden – bei gleichbleibender Wirksamkeit. Die Umstellung wurde durch den TÜV Nord nach dem REDcert2-Standard zertifiziert und erfüllt damit höchste Anforderungen an **Transparenz und Rückverfolgbarkeit**.

Für die Hotel- und Gastronomiebetriebe, die auf nachhaltige Beschaffung setzen, eröffnet sich damit eine praxisnahe Möglichkeit, CO_2-Emissionen zu reduzieren und die Umweltbilanz ihres Einkaufs zu verbessern – ganz ohne Kompromisse bei der Reinigungsleistung.

Gern beantwortet Ihnen Guido Lahmann Ihre Fragen zum Produktportfolio der Firma DR.SCHNELL.





KONTAKT
Guido Lahmann
Leitung HoReCa, Sales KAM
DR.SCHNELL GmbH & Co. KGaA
Taunusstr. 19
80807 München
Telefon: +49 172 8367569
E-Mail: Guido.Lahmann@dr-schnell.de
dr-schnell.de


Marlon Meiser









Tradition trifft Verantwortung: Nachhaltigkeit bei den Meiser Hotels

Seit über 140 Jahren stehen die **Meiser Hotels für gelebte Gastlichkeit, Qualität und familiäre Werte**. Was 1880 mit einem kleinen Gasthof begann, ist heute eine Hotelgruppe, die ihren Gästen **stilvolle Entspannung, regionale Verwurzelung und ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein** bietet. Direkt an der Romantischen Straße gelegen, verbinden die Häuser nicht nur Tradition und Modernität, sondern auch Genuss und **nachhaltiges Handeln**. Nachhaltigkeit ist für die Unternehmerfamilie **keine kurzfristige Marketingidee**, sondern ein **echtes Leitmotiv,** das sich durch alle Bereiche zieht: von erneuerbaren Energien und ressourcenschonenden Konzepten über die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern bis hin zu sozialer Verantwortung für das Team. Mit einer **Konformitätsbewertung von 94 %** gehören die Meiser Hotels – Meiser SPA Resort und Meiser Design Hotel – zu den **nachhaltigsten Hotels Deutschlands** – zertifiziert durch GreenSign, dem führenden Nachhaltigkeitslabel der Hotellerie. Doch wie gelingt es, einen **traditionsreichen Hotelbetrieb konsequent nachhaltig auszurichten**, ohne dabei den Komfort der Gäste zu beeinträchtigen? Welche Rolle spielen dabei die Zusammenarbeit mit Partnern und wie bringt man regionale Verbundenheit mit globaler Verantwortung in Einklang?

Darüber haben wir mit **Marlon Meiser, CTO der Meiser Hotels,** gesprochen. Im Interview gibt er spannende Einblicke in den Weg zur GreenSign-Zertifizierung, erklärt die größten Herausforderungen und zeigt, warum **Nachhaltigkeit für ihn mehr ist als ein Trend – nämlich ein Versprechen** an kommende Generationen.

Wann haben Sie sich zum ersten Mal bewusst mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt?
Nachhaltigkeit hat uns schon lange beschäftigt, auch wenn wir zunächst nicht aktiv darüber gesprochen haben. Bereits vor unserer GreenSign-Zertifizierung im Jahr 2022 haben wir viele Dinge umgesetzt, die in diese Richtung gehen. Uns wurde irgendwann klar, dass wir bereits sehr viele Maßnahmen ergriffen hatten, die unter nachhaltiges Handeln fallen – aber ohne, dass wir sie bewusst so kommuniziert haben. Ein Beispiel ist unsere eigene Biomüllanlage. Dafür sammeln wir Essensreste in einem unterirdischen Tank, der einmal im Monat geleert wird. Aus diesen Resten wird in einer Biogasanlage Ökostrom erzeugt. Auch in anderen Bereichen haben wir früh angesetzt: Wir haben Verpackungen reduziert und beim Frühstücksbuffet viele Produkte auf unverpackt umgestellt. Butter wird bei uns inzwischen frisch über eine Buttermaschine portioniert, Marmeladen bieten wir in Gläsern an, die portionsweise entnommen werden können. Darüber hinaus haben wir die Zimmerreinigung flexibler gestaltet. Über den sogenannten Green Button können Gäste selbst entscheiden, ob und wann ihr Zimmer gereinigt werden soll. So sparen wir nicht nur Wasser, Strom und Reinigungsmittel, sondern geben den Gästen auch die Möglichkeit, sich aktiv zu beteiligen. Im Wellnessbereich setzen wir ebenfalls auf Eigeninitiative – statt Wegwerf-Slippern bringen die Gäste ihre eigenen Schuhe mit. All diese Schritte zeigen: Nachhaltigkeit ist bei uns nicht bloß ein Schlagwort, sondern schon seit Jahren gelebte Praxis.

Was sind für Sie die größten Herausforderungen und welche Maßnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um nachhaltiger zu wirtschaften?
Die größte Herausforderung sehe ich im Energiethema. Energieverbrauch ist ein sehr komplexer Bereich, in den man sich wirklich intensiv einarbeiten muss. Wir haben uns deshalb gezielt angeschaut, wo wir ansetzen können. Ein gutes Beispiel ist die Zimmerreinigung. Wenn Gäste darauf verzichten, spart das pro entfallener Reinigung im Durchschnitt 3,3 Kilogramm CO_2, 26 Liter Wasser und 4,7 Kilowattstunden Strom. Das summiert sich bei einem Haus unserer Größe enorm. Zusätzlich unterstützen wir über dieses Modell die Initiative Plant-for-the-Planet, sodass nicht nur Ressourcen geschont, sondern auch Bäume gepflanzt werden. Eine weitere große Maßnahme betrifft die Minibars. Bei Renovierungen statten wir die Zimmer nicht mehr mit fest eingebauten Minibars aus. Das spart jährlich bis zu 5.000 Euro an Stromkosten. Für Gäste, die dennoch eine Minibar wünschen, bieten wir mobile Lösungen an. So können wir den Komfort erhalten, aber gleichzeitig Energie sparen. Und wir denken natürlich auch in die Zukunft: Bei neuen Projekten berücksichtigen wir Nachhaltigkeit von Anfang an – etwa bei der geplanten Photovoltaikanlage auf den Überdachungen unseres Parkplatzes. Für uns ist klar: Nachhaltigkeit darf nicht einseitig betrachtet werden, sondern muss in allen Bereichen mitgedacht werden.

Wie integrieren Sie Nachhaltigkeit in Ihre Unternehmensstrategie und wie schulen Sie Ihre Mitarbeitenden?
Nachhaltigkeit funktioniert nur, wenn alle im Betrieb an einem Strang ziehen. Deshalb gibt es bei uns klare betriebliche Vorgaben, die wir an unsere Mitarbeitenden kommunizieren. Ein Beispiel ist der Einsatz von Reinigungsmitteln: Wir arbeiten hier seit Jahren mit einem ausgewählten Partner, der uns umweltfreundliche Produkte liefert. Ebenso achten wir auf den Umgang mit Lebensmitteln. Reste vom Frühstück oder vom Abendessen werden bei uns nicht weggeworfen, sondern weiterverarbeitet – aus übrig gebliebenen Brötchen machen wir etwa Semmelknödel. Ein schönes Projekt ist auch die Verarbeitung regionaler Produkte. Einmal im Jahr kaufen wir ein komplettes Wagyu-Rind von einem Metzger aus der Region und verwerten es von Kopf bis Fuß. Dazu gibt es eine eigene Saisonkarte für die Gäste. Uns ist dabei wichtig, dass die Wertschätzung für das Tier spürbar wird. Deshalb nehmen unsere Auszubildenden, die den Kochberuf erlernen, auch an der Zerlegung des Rindes teil. So lernen sie, mit Respekt mit den Lebensmitteln umzugehen. Nachhaltigkeit ist also nicht nur eine betriebliche Vorgabe, sondern wird bei uns auch Teil der Ausbildung und des Bewusstseins unserer Mitarbeitenden.

Gibt es ein langfristiges Leitbild für Nachhaltigkeit in den Meiser Hotels?
Nachhaltigkeit ist für uns kein einmaliges Projekt, sondern ein kontinuierlicher Prozess. Es geht darum, immer wieder neu zu prüfen, wo Potenziale liegen, und diese dann weiterzuentwickeln. Natürlich gibt es dabei auch unangenehme oder unbequeme Themen. Aber genau diese sind entscheidend, wenn man langfristig etwas verändern möchte. Wichtig ist für uns, dass die Mitarbeitenden diesen Weg mitgehen und sich eingebunden fühlen. Nur so können wir Nachhaltigkeit dauerhaft und glaubwürdig in unserer Unternehmensstrategie verankern.

Auf welchem Weg werden die Gäste über die Maßnahmen informiert?
Transparenz ist uns sehr wichtig. Auf unserer Website informieren wir ausführlich über unsere Initiativen und erklären, welche Vorteile die Gäste selbst davon haben. Wir kommunizieren klar, dass beim Abbestellen der Zimmerreinigung Ressourcen gespart und gleichzeitig Bäume gepflanzt werden. Gleichzeitig machen wir deutlich, dass Nachhaltigkeit nicht bedeutet, auf Komfort verzichten zu müssen. Unser Ziel ist es, den Gästen einen unvergesslichen Aufenthalt zu bieten – und zwar mit einem guten Gewissen. Interessanterweise sehen wir, dass viele Gäste unser Engagement sehr positiv aufnehmen. Manche beteiligen sich sogar besonders engagiert, weil sie selbst privat großen Wert auf Nachhaltigkeit legen. Ich bin überzeugt, dass dies in Zukunft immer stärker erwartet wird. Heute ist es noch ein Wettbewerbsvorteil, morgen wird es ein Standard sein.

Zu den Maßnahmen gab es bisher Rückmeldungen von Gästen und Mitarbeitenden – können Sie diese beschreiben?
Die Rückmeldungen sind durchweg positiv. Gäste sehen die Möglichkeit, aktiv beizutragen, als etwas Sinnvolles und machen gerne mit. Besonders die flexible Zimmerreinigung wird oft gelobt. Auch unsere Mitarbeitenden nehmen die Maßnahmen sehr gut an. Viele bringen eigene Ideen ein und sind stolz, in einem Betrieb zu arbeiten, der Nachhaltigkeit ernst nimmt. Das ist für uns ein sehr wichtiger Punkt: Nur wenn die Mitarbeitenden das Thema mittragen, kann es auch glaubwürdig umgesetzt werden.

In welchem Umfang erfolgten die Vorbereitungen für die GreenSign-Zertifizierungen in Ihren Häusern?
Der Prozess war durchaus anspruchsvoll, aber sehr wertvoll. Am Anfang steht eine umfassende Selbstevaluation über ein Online-Tool mit mehr als 130 Kriterien aus den Bereichen Umwelt, Soziales, Kultur und Wirtschaft. Dafür mussten wir viele Daten zusammentragen und recherchieren. Danach erfolgt ein Audit vor Ort durch unabhängige Prüfer. Wir haben beim ersten Mal einen Konformitätsgrad von 94 % erreicht – darauf sind wir sehr stolz. Nach drei Jahren muss die Zertifizierung erneuert werden. Unser Ziel ist es, den Wert beim nächsten Mal noch weiter zu steigern. Dieser Prozess sorgt dafür, dass man ständig am Ball bleibt und die Entwicklung nicht zum Stillstand kommt.

Haben Sie Tipps für Hoteliers, die sich der Nachhaltigkeit widmen möchten?
Mein Rat ist ganz klar: Nicht lange zögern, sondern einfach anfangen. Viele denken zu lange über das „Wie" nach. Viel wichtiger ist es, zunächst eine Bestandsaufnahme zu machen und dann konkrete Schritte zu planen. Man sollte sich realistische Ziele setzen, zum Beispiel: „Wo möchte ich in zwei Jahren stehen?" Auf diesem Weg wird man automatisch Erfahrungen sammeln und immer besser werden. Wichtig ist, dass man beginnt – denn jeder Schritt, so klein er auch wirkt, ist ein Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit.

KONTAKT
Marlon Meiser, M.A.
Meiser Hotels
Dinkelsbühl & Neustädtlein
Telefon: + 49 7962 711940
E-Mail: info@meiser-hotels.de
meiser-hotels.de



Darauf können sich Ihre Gäste verlassen

Für eine lückenlose Nachhaltigkeit entlang der Wertschöpfungskette arbeiten alle Unternehmen der Block Gruppe nach einem umfassenden, integrativen Nachhaltigkeitsmanagement. Auf diese Weise genießen Ihre Gäste mit bestem Gefühl eine große Auswahl regionaler und pflanzenbasierter Produkte sowie Fleisch aus art- und umweltgerechter Aufzucht von der Block Menü und BLOCK HOUSE Fleischerei.



Unsere Vertrauenspyramide bildet den Werte-Kompass, mit dem wir Verantwortung entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette übernehmen – von der Weide bis auf den Teller.

BLOCK MENÜ
Frische Küche

BLOCK HOUSE
BEST STEAKS SINCE 1968

Erfahren Sie mehr über unsere validierte Klimastrategie im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht der Block Gruppe

75 Jahre dipasch

KOMPETENT- EFFIZIENT- ZUVERLÄSSIG

DER TEXTILGROSSHANDEL FÜR DIE HOTELLERIE

In Ihrem Hotel besser als zuhause schlafen!

Sehr häufig erhalten wir über unser Kontaktformular Anfragen zu unserer beliebten Hospitality Collection:

„Sehr geehrte Damen und Herren, Ich habe in einem Hotel (das Bettwaren bei Ihnen bezieht) auf der TTFK Gold Matratze geschlafen und war vom Liegecomfort begeistert. Wäre es Ihnen möglich, mir die Marke/den Erzeuger der Matratze zu nennen, damit ich die Matratze ggf privat erwerben kann? Vielen Dank und herzliche Grüße aus Österreich. E. L.“

AUS UNSERER HOSPITALITY COLLECTION



Hotelmatratze TTFK Gold

- hochwertiger 7-Zonen Tonnentaschenfederkern
- 500er-Tonnentaschenfederkern
- Matratzen-Gesamthöhe ca. 22cm
- aufgenähte Wendegriffe
- abnehmbarer und waschbarer Bezug, 4-seitiger Reißverschluss
- 65/35% PES/Viskose, versteppt mit 200g/m²
- Preisbasis 90x200cm ab 4Stk.

Ihr viertes Quartal wird erfolgreich!

75 Jahre dipasch KOMPETENT- EFFIZIENT- ZUVERLÄSSIG

DER TEXTILGROSSHANDEL FÜR DIE HOTELLERIE

Suche ... Merkzettel Mein Konto 0,00 €

Boxspringbetten I Matratzen | Bettwäsche I Bettwaren | Frottier | Tischwäsche | Bankett | Berufsbekleidung | Blog

Das vierte Quartal klopf an der Tür!
Mit unseren Artikeln sind Sie bestens vorbereitet!



SCAN ME

Optisan® PREMIUM-Kissen mit LAVASAN-Füllung

- Füllung: LAVASAN 100% Polyester, mit Kugelfaserbällchen und Polyester-Sticks
- Füllgewicht 1.060g
- Bezug: 100% Baumwolle, Mako-Köper
- hochwertig verarbeitet mit Doppelnaht und Biese
- allergikergeeignet
- Pflege: waschbar bis 60°C und tumblergeeignet
- Preisbasis 60x80cm VPE 7Stk.

~~19,99€~~ **18,49€**



SCAN ME

Matratzenschutz 1074 mit Baumwolljersey

- 100% Baumwolljersey
- knistert und raschelt nicht
- mit rückseitiger PU-Beschichtung
- Rundumgummizug (wird wie ein Spannbettlaken aufgezogen)
- milben- und flüssigkeitsdicht
- bei der DEHOGA-Bewertung 10-EXTRA-Punkte
- Preisbasis 90x200cm bis 25cm Höhe ab 10Stk.

~~14,50€~~ **12,99€**

AUS UNSERER HOSPITALITY COLLECTION

59555 Lippstadt Soeststr. 31-35 Telefon: 02941/977297-14 oder -17
Ihre Ansprechpartner im Unternehmen: Cyrano de Sainte Fare und Carsten Himmelberg
Email: cyrano@dipasch.de oder himmelberg@dipasch.de

www.dipasch.de
Dieser KLICK wird sich für Sie rechnen
Wer teurer kauft - kauft nicht bei uns!

GEPRÜFTER HGK-LIEFERANT HGK

Ab 500,00 Nettowarenwert Lieferung „frei Bordsteinkante“
Die Preise sind netto zzgl. MwSt.