

PARK CONSUL
RHEINGALERIE KÖLN-MÜLHEIM

HOTEL★★★★ SUPERIOR

Nachhaltigkeitsbericht

Impressum

Standortname: Best Western Premier Hotel Park Consul Köln

Straße: Clevischer Ring 121

PLZ, Ort: 51063 Köln

Tel.: (0221) 96470

Fax: (0221) 9647 100

E-Mail: info@consul-hotels.com

web: www.pckoeln.consul-hotels.com

Umweltbeauftragte/-r: Vicco Dierkes

Tel.: (0221) 9647 595

E-Mail: vicco.dierkes@consul-hotels.com

Jahr der Datenerfassung ist 2015

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort
- Kernindikatoren
2. Unternehmensportrait
 - 2.1. Unternehmensdaten
 - 2.2. Übernachtungen
 - 2.3. Restaurant
 - 2.4. Veranstaltungen
 - 2.5. CSR-Management
 - 2.5.1. Leitbild
 - 2.5.2. CSR-Managementsystem
 - 2.5.3. Legal compliance
 - 2.5.4. Menschenrechtliche Sorgfalt
 - 2.5.5. Stakeholdermap
 - 2.5.6. Vorschlagwesen und Verbesserungsmanagement
 - 2.6. Wirtschaftsdaten
3. Unternehmensökologie
 - 3.1. Energie
 - 3.2. Emissionen
 - 3.3. Papier
 - 3.4. Abfall
 - 3.5. Wasser
 - 3.6. Arbeitssicherheit und Gefahrstoffe
 - 3.7. Biodiversität
 - 3.8. Landnutzung, Gebäude und Ausstattung
 - 3.9. Barrierefreie Nutzung
4. Gäste
 - 4.1. Gästezufriedenheit
 - 4.2. Gästeinformation
5. Mitarbeitende
 - 5.1. Beschäftigtenstruktur
 - 5.2. Personalentwicklung
 - 5.3. Mitarbeitendenzufriedenheit
6. Beschaffung
 - 6.1. Lieferanten
7. Community Involvement

1. Vorwort

Die Idee der Nachhaltigkeitszertifizierung entstand, als wir über mögliche Einsparungspotentiale des Hotels diskutierten. Uns wurde schnell klar, dass mehr dahinter steckt, als nur die Ausgaben zu senken und welche Auswirkungen die Einsparungen für die Umwelt haben können. Eine mögliche Zertifizierung und die damit verbundene positive Außendarstellung auf unsere Kunden und Gäste machte uns die Entscheidung dann noch leichter.

Wir wussten, dass dieser Prozess nur mit Hilfe aller Mitarbeiter zu meistern ist und fanden es spannend, diese anspruchsvolle Teamaufgabe anzugehen.

Es war schon in den ersten Tagen unheimlich faszinierend zu sehen, welches Umdenken bei den einzelnen Mitarbeitern stattfinden kann. Viele Ideen unserer Mitarbeiter erreichten uns. Auch wir sahen auf einmal viele Aspekte im Haus und in unseren Entscheidungen mit anderen Augen.

In Zukunft wird es nun darum gehen, die möglichen Verbesserungen in unserem Haus mit der Gästezufriedenheit zu verbinden und damit auch zu verbessern und unseren Mitarbeitern wieder mehr Aufmerksamkeit zu schenken um auch hier nachhaltig etwas für deren weitere Berufslaufbahn zu unternehmen.

Wir freuen uns nun auf eine spannende Zeit und eine hoffentlich erfolgreiche Zertifizierung. Darüber hinaus auch auf das Feedback, welches unsere Kunden und Gäste uns dafür geben werden.

An dieser Stelle möchten wir uns auch nochmal für die produktive und fürsorgliche Betreuung der Firma TourCert bedanken.



Kernindikatoren

	Einheit	2012	2015
Umsatzrendite	%	0,51	3,8
Umsatz pro verfügbare Zimmer	€	79,37	84,55
CO2 pro Übernachtung	Kg	7,47	6,47
Anteil Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch	%	0,00	0,00
Restmüllaufkommen pro Übernachtung	L	5,40	4,97
Wasserverbrauch pro Übernachtung	m ³	0,16	0,16
Zufriedenheitsindex Gäste	%	82,00	84,0
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	61,78	63,0
Anteil zertifizierter Lieferanten	%	53,33	80,00
Anteil nachhaltiger Produkte	%	15,50*	26,46

* Wert wurde 2012 falsch errechnet und nun korrigiert

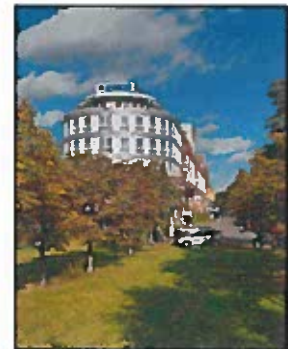
2. Unternehmensportrait

Das Best Western Premier Hotel Park Consul Köln ist im Rahmen des Bauprojektes „Rheingalerie Köln Mülheim“ im Jahre 1999 erbaut. Ursprünglich befand sich auf diesem Gelände seit Jahrzehnten, wenn nicht sogar



Jahrhunderten, der Firmensitz des Kabelwerkes Felten & Guillaume. Das obere Bild zeigt die Firmenzentrale im Jahre 1866 auf dem Gelände. Im Vordergrund ist der heutige Böckingpark zu erkennen. Die Firma Felten & Guillaume produziert Kabel und Leitungen für Industrie und Privathaushalte. Heute befindet sich die Firmenzentrale in der Schanzenstraße, die sich unweit des Hotels befindet. Hier sind sie Nachbarn von der Fernsehproduktionsfirma Brainpool, die das „Schlag den Raab“ oder „TV Total“ Studio beherbergen. Weiterhin findet man die Veranstaltungshallen „Palladium“ und das „E-Werk“

in dortiger unmittelbarer Nähe. 1997 wurde das brach liegende Gelände der Firma ausgehoben und mit sehr viel Aufwand saniert. Der Boden war durch den nicht pfleglichen Umgang mit verschiedenen Substanzen verseucht und musste aufwendig recycelt werden. Ende des Jahres 1999 wurde das ursprünglich als Boardinghaus geplante Park Plaza Köln eröffnet und 5 Jahre erfolgreich am Kölner Markt etabliert. Ab September 2004 wurde das Haus von der Brendal Gruppe in Berlin, Herrn Manfred H. Toennes, gepachtet und an Best Western angeschlossen. Durch seine besonderen Ausstattungsmerkmale wurde das Haus in den „PREMIER“ Status erhoben.



Das Best Western Premier Hotel Park Consul Köln liegt ideal zum Kölner Stadtzentrum. Es besticht durch seine geschickte Architektur, die verkehrsgünstige Lage und sein freundliches Team. Das Hotel in Köln Mülheim nahe Deutz, Holweide, Kalk und Leverkusen bietet modernste Ausstattung kombiniert mit individuellem Service. Die Köln Messe, der Kölner Zoo, die Claudius Therme, das E-Werk und Palladium sowie die LANXESS Arena, das Odysseum, der Musical Dome sowie die A3 (Ausfahrt Köln-Mülheim) sind von dem Hotel in Köln Mülheim unweit entfernt. Das Vier-Sterne Superior Hotel verfügt über 188 modern eingerichtete und komfortable Zimmer und Suiten. Für Tagungen, Konferenzen und andere Veranstaltungen oder private Events bieten das Haus modernste Möglichkeiten. Kostenfreies Wireless-LAN, eine eigene Tiefgarage mit 86 Stellplätzen, Restaurant mit Außenterrasse die Lobby Bar, ein Wellnessbereich mit Sauna, Fitnessgeräten, Solarium und Dachterrasse runden das Angebot des Hotels ab. Der Flughafen Köln Bonn (CGN / Konrad-Adenauer) ist innerhalb von zirka 15 Minuten erreichbar.

2.1. Unternehmensdaten

	Einheit	2012	2015
Anzahl Zimmer	Anz	188	188
Anzahl Betten	Anz	374	374
GesamtRestangestellte	Anz	50	54
Anzahl Restaurants	Anz	1	1
Anteil nichtversiegelte Fläche	%	0	0

2.2. Übernachtungen

	Einheit	2012	2015
Übernachtungen	Anz	61.611,00	62.965,00
Zimmerauslastung	%	64,84	66,36

2.3. Restaurant

In unserem Restaurant „PREMIER“ mit Außenterrasse wird eine Auswahl der regionalen sowie internationalen Küche aus frischen Zutaten serviert. Morgens bieten wir ein ausgiebiges und abwechslungsreiches Frühstücksbuffet, nicht nur für Hotelgäste. Saisonale Spezialitäten, wie Martinsgänse und Spargel sowie eine ausgewogene Weinauswahl komplettieren das Angebot. Die Lobby-Bar ist der perfekte Treffpunkt im Zentrum der Empfangshalle und lädt zum Entspannen nach einem erlebnisreichen Tag ein. Hier genießen unsere Gäste ein frisch gezapftes Kölsch oder einen unserer zahlreichen Cocktails. Neben verschiedenen Themen-Brunchs, wie zum Beispiel zu Ostern und Weihnachten, bieten wir auf Anfrage für Gruppen ab 25 Personen auch einen individuellen Brunch an. Das Restaurant verfügt über 92 Sitzplätze.

Die stärkste Gästefrequenz erreichen wir in der Frühstückszeit. Im Jahr 2015 hatten wir ca. 62.333 Frühstücksgäste, das sind im Durchschnitt ca. 170 Frühstücksgäste pro Tag. Für das Frühstück wird das komplette Restaurant genutzt. An Tagen mit einer sehr hohen Belegung wird ein Teil unserer Veranstaltungsräume als Zusatzraum genutzt. In den, dann sogenannten Frühstücksräumen erhalten die Gäste das gleiche Büffetangebot wie im Restaurant. Zum Frühstück bieten wir unseren Gästen ein amerikanisches Büffet an. Es gehört seit einigen Jahren zu den Best Western Standards, dass hier regionale Produkte angeboten werden. Wir beziehen schon jetzt den überwiegenden Teil unseres Frühstücksangebotes von regionalen Lieferanten.

In unserem Restaurant PREMIER bewirtschafteten wir im Jahr 2015 ca. 5628 a la carté Gäste und zusätzlich noch einmal ca. 13000 Tagungsteilnehmer, sowohl mit einem Buffetangebot als auch mit ausgewählten Menüs. Unser Team im Restaurant besteht aus einem Restaurantleiter, einer Stellvertretenden Restaurantleiterin, zwei Chef de rang, einem Commis de rang und einem Chef de Bar. Unser Küchenteam umfasst insgesamt 6 Festangestellte Köche und in der Regel 4 Auszubildende.

Einheit	2015	
Anzahl Restaurantgäste	Anz	5628
Anzahl Servicepersonal Restaurant	Anz	5
Anzahl Mitarbeitende in der Küche	Anz	6
Anzahl Gäste pro Servicepersonal	Anz	1,25
Anteil regionaler Speisen	%	25,0
Anteil vegetarische Speisen	%	35,0

Wie in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2012 geplant, haben wir das Angebot unserer Speisekarte weitgehend auf regionale Speisen umgestellt.

Fleisch und Backwaren beziehen wir ausschließlich von regionalen Händlern. 80% unseres Gemüsebedarfs ist regionaler Herkunft.

Fischprodukte sind MSC oder ASC zertifiziert.

Unsere Weinkarte wurde ebenfalls überarbeitet und Weine aus unserer Region aufgenommen.

Auch hier fließen ökologische Aspekte mit in die Auswahl ein. Hier wird der Begriff „Regional“ jedoch etwas ausgeweitet auf „Europäisch- Regional“. Für das Frühstücksangebot werden immer wieder neue Bio-Produkte ausprobiert und bei guten Kunden- Feedback werden wir diese Produkte stetig ins Angebot mit aufnehmen.

2.4. Veranstaltungen

Unser Veranstaltungsbereich erstreckt sich über 534 qm und besteht aus 9 Tagungsräumen, von denen sich 5 im Erdgeschoss und weitere 4 im 1. OG befinden. Alle Räume verfügen über Tageslicht, modernste Tagungstechnik und die Räumlichkeiten im Erdgeschoss sind individuell kombinierbar. Außerdem verfügen 7 Räume über eine individuell regulierbare Klimaanlage.

Neben individuell auf den Gast zugeschnittenen Pauschalen, bieten wir gesunde und regionale Kaffeepausen, sowie Sonderarrangements für Hochzeiten, Weihnachtsfeiern und Geburtstage an.

Einheit	2015	
Anzahl Veranstaltungsräume	Anz	9
Fläche Veranstaltungsräume EG	m ²	286
Fläche Veranstaltungsräume 1. OG	m ²	246
Gebuchte Veranstaltungen im Jahr	Anz	365
Anzahl Teilnehmer	Anz	13358
Auslastung in Prozent	%	42,89

Die Veranstaltungsabteilung besteht aus einer Veranstaltungsleiterin, einer Stellvertreterin und zwei Auszubildenden. Im Jahre 2015 führten wir 365 Veranstaltungen mit 13358 Gästen durch.

2.5. CSR-Management

2.5.1. Leitbild

Vor dem Start des Zertifizierungsprozesses in unserem Unternehmen existierte noch kein schriftlich festgehaltenes Leitbild. Jede Abteilung, wie z.B. das Restaurant hatten Ihre eigenen Standards und Arbeitsanweisungen, diese wurden aber eher mündlich an die Angestellten weiter getragen und wurden nur an wenigen Stellen schriftlich festgehalten.

Bei der Erstellung des Leitbildes, welches von Herrn Dierkes und Herrn Schneider in Rücksprache mit Herrn Kugler verfasst wurde, wollten wir uns in erster Linie an den bereits stark vorhandenen Zusammenhalt in unserem Team richten. Das „Wir“ konnte dabei nur im Vordergrund stehen. Die Einbeziehung der einzelnen Kriterien der Nachhaltigkeit sowohl im ökonomischen-, im ökologischen und natürlich auch im sozialen Bereich sollten dabei mit kurzen, aussagekräftigen Statements schnell erkennbar und somit einfach in der Umsetzung sein.

Das Leitbild wurde ab September 2012, nach und nach an alle Mitarbeiter verteilt und soll in Zukunft noch präsenter in den Meetings und Arbeitskreisen ein zentrales Thema sein. Das Leitbild wird allen Mitarbeitern nahegebracht; neue Mitarbeiter werden direkt von Anfang an mit dem Leitbild ausgestattet. Insbesondere der Direktion und den Abteilungsleitern kommt hier die große Verantwortung zu, dieses Leitbild als Vorbild für alle umzusetzen.

Unternehmensleitbild des Best Western Premier Hotel PARK CONSUL KÖLN

Wir...

- ... gehen immer respekt- und vertrauensvoll miteinander um.
- ... sind ein großes Team und verhalten uns tolerant, kollegial und teamorientiert.
- ... sind stets motiviert und loyal.
- ... unterstützen und fördern unsere Mitarbeiter.
- ... wollen uns stetig weiterbilden.
- ... sind der wichtigste Werbeträger des Hotels und verhalten uns immer verantwortungsvoll zum Wohl des Gastes und des Hauses.
- ... sorgen immer für ein sauberes und gepflegtes Aussehen.
- ... gehen mit allen Materialien verantwortungsvoll und wirtschaftlich um.
- ... halten uns immer an unsere Qualitätsstandards.
- ... stellen eigene Interessen in den Hintergrund wenn es um das Wohl des Gastes geht.
- ... arbeiten immer kosteneffizient und umweltbewusst.
- ... bevorzugen Produkte aus der Region.
- ... pflegen ein faires Verhältnis zu unseren Kunden, Lieferanten und Mitbewerbern.
- ... übernehmen Verantwortung für die Umwelt
- ... tun immer unser BESTes um die Erwartungen unserer Gäste zu erfüllen oder sogar zu übertreffen.
- ... legen Wert auf kreatives Arbeiten.
- ... sichern durch wirtschaftliches Arbeiten unsere Arbeitsplätze.
- ... treffen Entscheidungen immer langfristig und nachhaltig.

An dem obigen Leitbild müssen und wollen wir uns künftig orientieren und messen lassen. Maßstab kann hierbei niemals unsere eigene Meinung, sondern immer das Empfinden und die Bedürfnisse unserer Gäste und Kunden sein

2.5.2. CSR-Managementsystem

Die CSR- Verantwortung ist in unserem Unternehmen übernahmen unser Stellvertretender Direktor, Herr Dierkes und unsere Mitarbeiterin der Buchhaltung- und Personalabteilung, Wiebke Schoutz . Sie koordinieren soziale und betriebswirtschaftliche Aspekte und kümmern sich ebenfalls um die ökologischen Gesichtspunkten Aspekte im Haus und entwickeln Ideen zur Umsetzung von umweltschützenden Maßnahmen im Betrieb. Frau Schoutz und Herr Dierkes entwickeln die Ideen und weitere Schritte zusammen, diese werden dann mit der Geschäftsleitung und Direktion abgestimmt und verabschiedet.

Alle Aufgaben werden unter den beiden Mitarbeitern gleichberechtigt entschieden und in einem wöchentlichen Treffen besprochen.

In jeder Abteilung wurden die Abteilungsleiter/ innen in die Aufgaben zur Umsetzung mit einbezogen. In regelmäßig stattfindenden Abteilungsleiter-Meetings ist die Nachhaltigkeit zu einem zusätzlichen zentralen Punkt geworden. Hier werden die neuen Ideen aus den Abteilungen besprochen und Ergebnisse und Erfahrungswerte von neuen Arbeitsanweisungen besprochen und diskutiert.

2.5.3. Legal compliance

Um sicherzustellen, dass wir von den für uns relevanten Aktivitäten des Gesetzgebers Kenntnis erlangen, arbeiten wir in den wichtigsten Bereichen mit fachlich spezialisierten Partnern zusammen, z. B. Beauftragung einer Fachkraft für Arbeitssicherheit. Dies betrifft ebenso den Bereich Daten- schutz und den arbeitsmedizinischen Dienst. Änderungen innerhalb der Arbeitsgesetze erreichen uns durch unseren Partner Lohn AG, Tarifänderungen durch den Arbeitgeberverband DEHOGA Nordrhein. Über bilanzrechtliche Aspekte werden wir durch die Firma Unitels bzw. die Steuerberatungsgesellschaft Oppenhoff & Rädler informiert. Zwischen all diesen Partnern findet reger Austausch und mindestens einmal jährlich eine Überprüfung statt.

2.5.4. Menschenrechtliche Sorgfalt

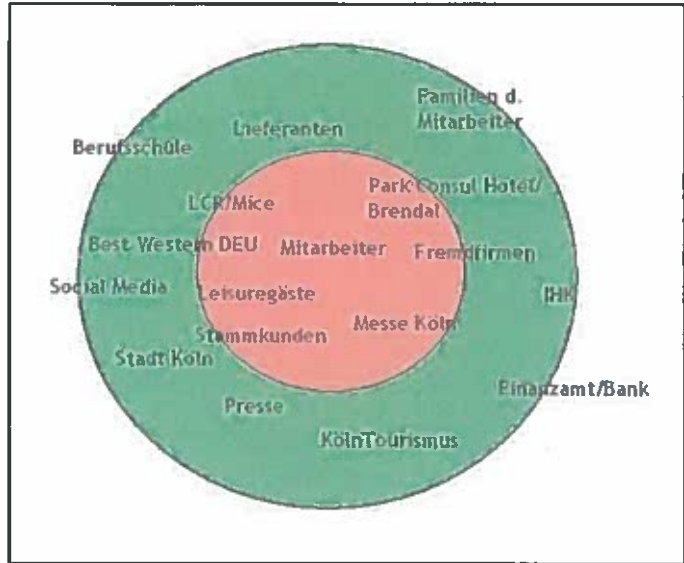
Es finden regelmäßige Unterweisungen zum Thema „Allgemeines Gleichstellungsgesetz“ statt. Im täglichen Umgang miteinander wird auf die Einhaltung geachtet. Schon allein bedingt durch das Jugendarbeitsschutzgesetz und die Zusammenarbeit mit der Stiftung Kinderblick ist die Ausbeutung von Kindern bei uns ausgeschlossen. Für unser Unternehmen relevante Menschenrechtsaspekte und Risiken insbesondere in diesem Bereich konnten wir bisher nicht identifizieren.

2.5.5. Stakeholdermap

Bei der Implementierung des CSR- Systems haben wir eine sogenannte Stakeholdermap für unser Hotel erstellt. Die Erstellung eines Stakeholdermaps dient der Identifikation von Anspruchsgruppen (Stakeholder).

Stakeholder werden definiert als jegliche Personengruppen und/ oder Institutionen die ein Interesse oder Einfluss am Verlauf oder Ergebnis eines Prozesses oder Projektes hat; auch zunächst scheinbar Unbeteiligte wie Kunden oder Mitarbeiter.

Sich als Unternehmen bewusst zu machen welche Stakeholder große Bedeutung und/ oder Gewichtung haben ist hilfreich bei Entscheidungsprozessen und Zielsetzungen und sollte entsprechend berücksichtigt werden. So stellen wir sicher, dass wir unsere Geschäftsbeziehungen nachhaltig befriedigend gestalten können. Die Abbildung zeigt welche Anspruchsgruppen wir für unser Hotel definiert haben. Der rote Kreis im Inneren zeigt die Stakeholder, die einen großen Einfluss haben. Je weiter eine Anspruchsgruppe von der Mitte des Kreises entfernt ist desto kleiner ist ihr Einfluss auf uns.



2.5.6. Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

In unserem ersten Verbesserungsprogramm haben wir die Reduzierung von Restmüll und Energiekosten zum zentralen Thema gemacht

Bei dem Projekt, die Menge an Restmüll zu reduzieren ist uns sehr schnell aufgefallen, wie viel Potential in diesem Thema steckt. Es war vorher nie über Trennung von Abfall wirklich nachgedacht worden. Speisereste wurden gesondert entsorgt, anderer Abfall wurde aber meistens in den Restmüll entsorgt. Zum Teil geschah dies auch, weil es keine Möglichkeiten zur Abfalltrennung in den einzelnen Abteilungen gab.

Durch die Einführung von mehr Möglichkeiten zur Abfalltrennung und dem gleichzeitigen Aushang von Hinweisschildern und Arbeitsanweisungen konnte in kurzer Zeit die Restmüllmenge reduziert werden.

Ebenfalls wurde die Einsparung und bessere Mülltrennung im ganzen Haus erfolgreich umgesetzt, wie z.B. bei der Entsorgung des Abfalls aus den Gästezimmern.



Bei der Ideenfindung zur Reduzierung von Energiekosten, konnten wir schnell feststellen, dass unser Haus schon in vielen Bereichen sehr bewusst und nachhaltig aufgestellt ist. Es befinden sich in allen Gästezimmern und in den öffentlichen Bereichen ausschließlich Energiesparlampen, die nachfolgend noch durch LED- Lampen ersetzt werden.

Des Weiteren wird die Heizungsanlage zentral und über die Außentemperatur reguliert.

Bei den Kaffeepausen im Tagungsbereich bieten wir zusätzliche eine Fairtrade- Kaffeepause an, die nur aus Bio- und Fairtrade- Produkten besteht.

In den Büros wird verstärkt versucht ohne Papier zu arbeiten, mehr über Emails zu kommunizieren und die Ordnerstrukturen über den Server so zu organisieren, dass auch hier jeder Mitarbeiter auf die Dokumente zugreifen kann. Ebenfalls konnten wir auch in den Büros erfolgreich die Abfalltrennung einführen.

Für die Mitarbeiter fand 2015 das erste Mal eine Schulung zum Thema Gewaltprävention statt. Aufgrund der positiven Resonanzen wurde ein zusätzlicher Termin für 2016 festgelegt. Gleichzeitig wurde zur Sicherheit der Mitarbeiter und Gäste im Haus eine Videoüberwachung installiert und eine Tür mit Zugangskontrolle vor dem Personalbereich angebracht.

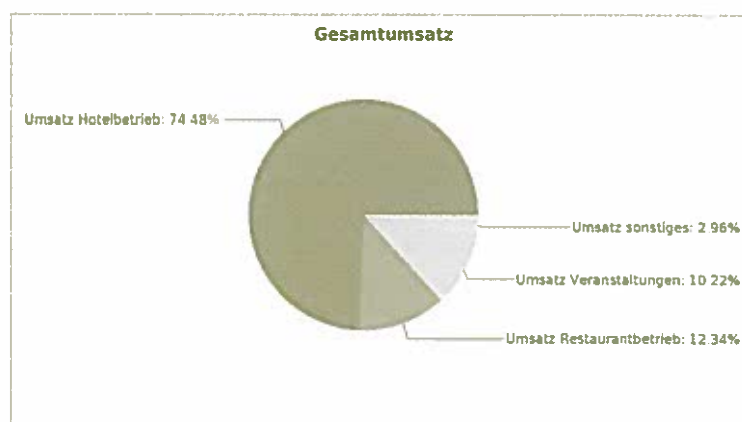
Im September 2015 fand in unserem Hause eine „Faire“ Woche statt, wo nachhaltige Produkte vor Ort von den Firmen Nedlin, Darboven und Weinkonzept präsentiert wurden. Die Woche über haben wir für unsere Stammgäste eine kleine Aufmerksamkeit aus nachhaltigen Produkten bereitgestellt und in unserem Restaurant zum Mittagstisch je ein fairtrade Gericht angeboten.

Die weiteren Aufgaben werden nun sein, diese Einsparungen und Änderungen zu kontrollieren, festzuhalten und auf den gesamten Tagesablauf zu erweitern und damit diese stetig zu verbessern.

2.6. Wirtschaftsdaten

Unser Gesamtumsatz resultierte in den vergangenen Jahren zu 74% aus Logis-Umsatz, 22% F B-Umsatz (inklusive Raummiete und Technik) und zu 4% aus sonstigen Umsätzen. Damit ist der Logis-Bereich unser wichtigster Umsatzträger. Auch die Rendite ist in diesem Bereich mit durchschnittlich 68,20% am höchsten. Entscheidend für das Ergebnis ist hier an 1. Stelle die Höhe der Durchschnittsrate pro verkauftem Zimmer vor der Belegung. Die Durchschnittsrate wird in wesentlichem Maße von der Messe-Situation in Köln beeinflusst (2012: EUR 81,32 / 2013: EUR 86,97 / 2014: EUR 79,89 mit schwächerem Messe-Umsatz im Vergleich zu 2015). Die Gesamtrendite (nach Abzug von Management-Gebühren, ca. 3,8%) lag in den vergangenen 3 Jahren bei 2%.

	Einheit	2012	2015
Gesamtumsatz		5.446.567,00	5.801.630,00
Umsatz pro Übernachtung		88,40	92,14
Umsatz pro verfügbare Zimmer		79,87	84,55
Umsatz pro Restaurantgast		131,60	127,17
Umsatz pro Servicepersonal		197.401,75	143.144
Umsatzrendite	%	0,51	3,80

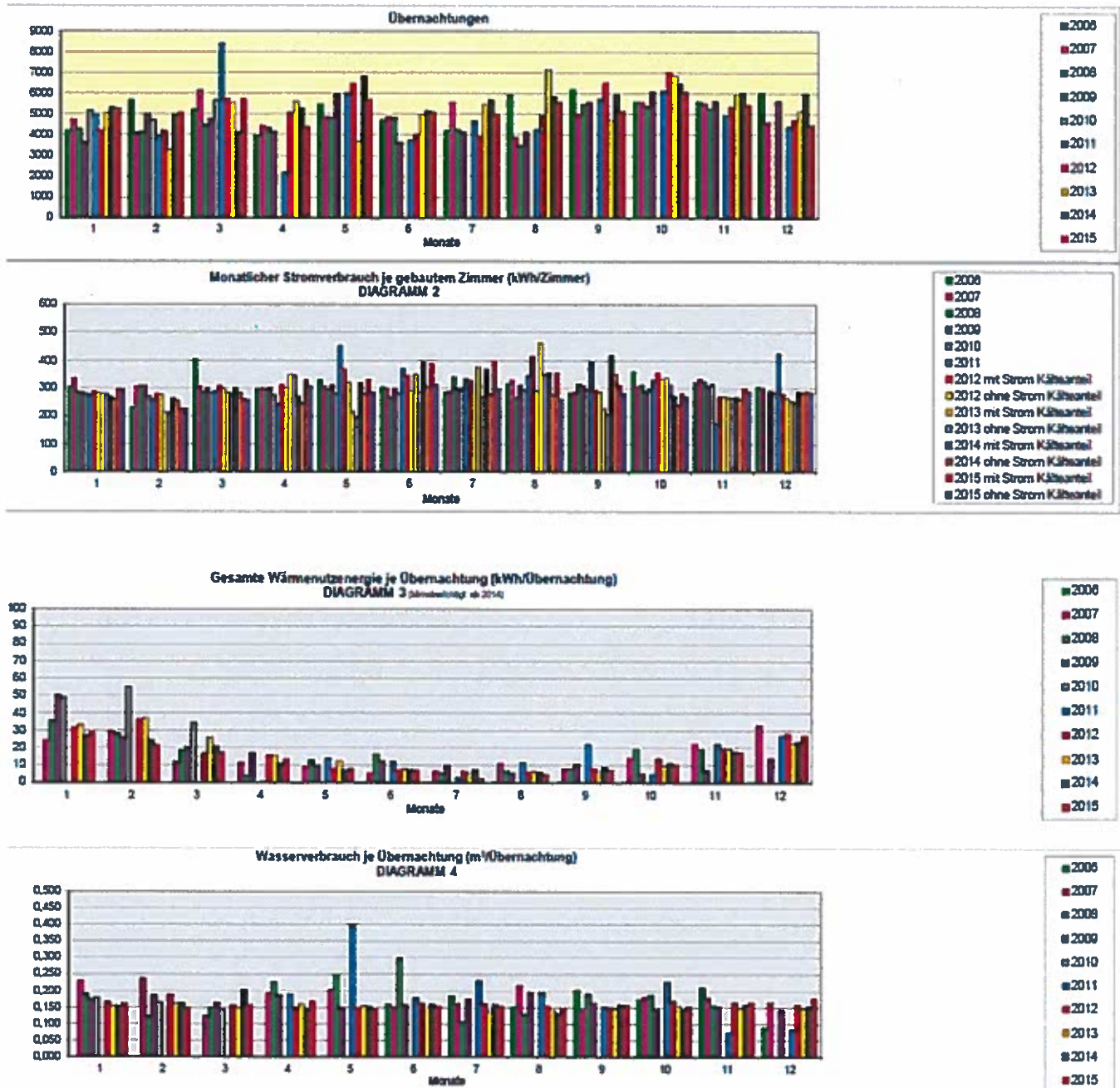


3. Unternehmensökologie

3.1. Energie

Seit der Übernahme durch Best Western haben wir hier im Haus eine Energie Beratung installiert. Die Daten der verschiedenen Energieverbräuche werden monatsgenau aufgenommen und in eine Liste eingepflegt. Durch Auswertung und Gegenüberstellung der Daten mit verschiedenen, gleich zu betrachtende Hotels werden dann Rückschlüsse im Bezug Energieverbrauchs getroffen.

Nachfolgend das Diagramm, das unsererseits monatsgenau geführt wird.



- Der **Stromverbrauch** ist üblicherweise wenig von der Belegung abhängig. Wir betrachten daher vorrangig den Stromverbrauch je gebautem Zimmer. Hier ist der Kennwert, mit einem Jahresverbrauch von **3.832 kWh/gebautem Zimmer**, ein Wert im mittleren Drittel der Vergleichsdaten. Gegenüber dem Vorjahr ist der Verbrauchskennwert kaum verändert. Gegenüber dem Höchstwert in 2011 ist der Kennwert bisher lediglich um ca. 3% gesunken.

Das Diagramm 2 beiliegender Grafik führt zu folgenden Aussagen:

Anmerkung: Zu Auswertungszwecken wurde der Kälteverbrauch in die zur Erzeugung notwendige Elektroenergie umgerechnet und dem tatsächlichen Stromverbrauch hinzugefügt. Dies ist jedoch bisher etwas ungenau da der Kälteverbrauch der Gästezimmer wegen eines defekten Zählers nunmehr seit Jahren nicht erfasst wird.

- Der Verlauf der monatlichen Kennwerte entspricht nur ansatzweise dem typischen Verlauf klimatisierter Hotels mit leicht erhöhten Kennwerten in den Sommermonaten.
- Die Kennwerte sind weiterhin sehr unregelmäßig.
- Auffällig ist eine kleine Kälteabnahme auch in den Heizperioden außer im Februar. Dies sollte normalerweise nicht erforderlich sein da auch bei hoher Sonneneinstrahlung die zentralen Klimaanlage mit der eingebrachten kalten Außenluft kühlen sollten.

Das Diagramm 2a beiliegender Grafik führt zu folgenden Aussagen:

- Der monatliche Spitzenbedarf ist recht regelmäßig und unauffällig.

Ergebnis: Der Kennwert Stromverbrauch je gebautem Zimmer bewegt sich auf mittlerem Niveau. Die Höhe der Kennwerte sowie deren unregelmäßigen Schwankungen lassen ein deutliches Einsparpotential erwarten. Die Schwankungen und die Kälteabnahme in den Heizperioden deuten auf ein Einsparpotential von mindestens 13% hin.

Die Kennwerte der **gesamten Wärmenutzenergie** fassen alle Wärmeenergien, unabhängig vom Energieträger, in einem Wert zusammen. Allerdings hat dieser Kennwert keine eindeutigen Abhängigkeiten. In der Heizperiode wird der Wert stark vom weitgehend belegungsunabhängigen aber witterungsabhängigen Heizbedarf geprägt.

In den anderen Monaten ist der belegungsabhängige Warmwasserbedarf dominierend. Wir bilden Verbrauchskennwerte bezogen auf die Anzahl der Übernachtungen.

Zur Erhöhung der Vergleichbarkeit der Hotels verschiedener Standorte erfolgt am Jahresende eine Standortklimaberichtigung der Kennwerte. Zur Vergleichbarkeit verschiedener Betriebsjahre erfolgt zusätzlich eine monatlich Klimaberichtigung der Kennwerte auf ein langjähriges Durchschnittsklima.

Ebenso sind die unterschiedlichen Umwandlungsverluste von Endenergie (z.B. Erdgas, Heizöl, Fernwärme) in Nutzenergie in dem Kennwert berücksichtigt.

Der Verbrauchskennwert beträgt **12,70 kWh/Gast**. Das ist ein Wert im unteren Drittel der Vergleichsgruppe. Der Kennwert ist gegenüber dem Vorjahr um ca. 4% gesunken. Gegenüber dem Höchstwert in 2008 ist der Kennwert inzwischen um ca. 22% gesunken.

Die Betrachtung des Diagramms 3 beiliegender Grafik führt zu folgenden Aussagen:

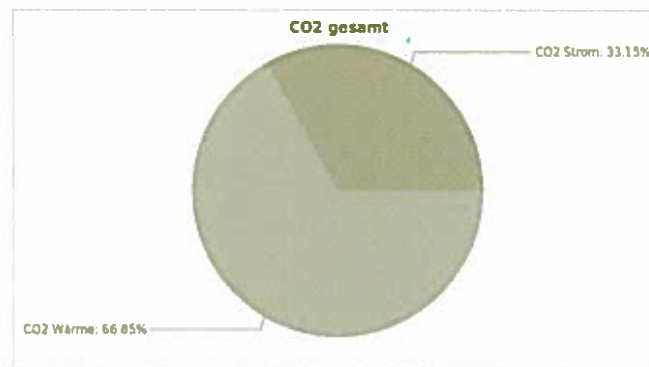
- Die grundsätzliche Tendenz mit hohen Kennwerten zu Jahresbeginn zur Jahresmitte hin abfallend und dann wieder steigend ist normal. Dies spiegelt die klimatischen Einflüsse wieder.
- Der Verlauf der monatlichen Kennwerte ist recht regelmäßig.

Ergebnis: Der Wärmeverbrauch bewegt sich auf gutem Niveau.

	Einheit	2012	2015
Strombedarf gesamt	kWh	668.702,00	644.019,00
Strombedarf pro Übernachtung	kWh	10,85	10,23
Wärmeenergiebedarf gesamt	kWh	981,20	822,10
Wärmeenergiebedarf pro m ²	kWh	0,12	0,10
Gesamtenergiebedarf	kWh	669.683,20	644.841,10
Gesamtenergiebedarf pro Übernachtung	kWh	10,87	10,24
Wärmeenergiebedarf pro Übernachtung	kWh	0,02	0,01

3.2. Emissionen

Bei einem Jahresverbrauch von 644019 kWh, dieser entspricht deutlich weniger als dem Durchschnitt, ergibt sich ein CO₂ Ausstoß von 354,2 Tonnen. Dieser Ausstoß wird durch weitere Energieeinsparmaßnahmen ständig optimiert. 2015 haben wir auf 100% Ökostrom umgestellt. Um unseren eigenen CO₂ Ausstoß zu kompensieren müssten wir 7.084 qm Wald aufforsten.





Qualitätszertifikat

Erneuerbare Energie

ZERTIFIKAT/VERTRAG NR.: 161208_0171



Dieses Qualitätszertifikat garantiert die Herkunft der Elektrizität aus Erneuerbaren Energien mit definierten Qualitätsmerkmalen, welche produziert wird für den

Brendal Köln Betriebe GmbH c/o Park Consul Hotel
Clevischer Ring 121, 51063 Köln

Dieses Qualitätszertifikat ist gültig für mindestens 626.283 kWh/a im Zeitraum 01.01.2016 bis 31.12.2017.

Die Stromerzeugung erfolgt in Wasserkraftwerken und zu mindestens 25% in Windkraftanlagen aus deutschen Anrainerstaaten. Der produzierte Strom wird in das UCTE-Verbundnetz eingespeist und in den Bilanzkreis der RheinEnergie AG geliefert.

Als Nachweis, dass eine Doppelvermarktung der kontrahierten Strommengen ausgeschlossen ist, wird eine Zertifizierung der Stromerzeugung nach dem europäischen EECs-Standard vorgenommen (EECS = European Energy Certificate System). EECs ist ein europäisches Zertifikatesystem, in dem Herkunftsnachweise zur Erfüllung der Vorgaben der EU-Richtlinie über erneuerbare Energien (2009/28/EG) verbucht werden.

Die Löschung der Zertifikate wird im deutschen Herkunftsnachweisregister vorgenommen, welches durch das Umweltbundesamt beaufsichtigt wird. Produktion der Elektrizität sowie Ausstellung und Entwertung der Zertifikate erfolgen entsprechend der EU-Richtlinie über erneuerbare Energien (2009/28/EG).

RheinEnergie AG, Parkübel 24, 50823 Köln, 08.Dezember.2016



3.3. Papier

Das Papier, welches wir zurzeit nutzen weist folgende Merkmale auf:

- Während der Herstellung wird kein Kohlendioxid (CO₂) aus fossilen Brennstoffen freigesetzt.
- MultiCopy Original wird aus TCF-Zellstoff (100% chlorfrei) hergestellt und ist zu 100% recycelbar und abbaubar.
- Das Umweltzeichen Nordic Ecolabel beinhaltet den gesamten Lebenszyklus, vom Rohstoff bis zur Entsorgung
- Es berücksichtigt den Verbrauch von Energie und Ressourcen sowie die Emissionen in Wasser und Luft.
- Das EU Ecolabel umfasst ebenfalls den gesamten Lebenszyklus, vom Rohstoff bis zur Entsorgung, somit erfüllt MultiCopy
- Hohe Standards hinsichtlich Umwelt, Funktionalität und Qualität.
- Das FSC-Zertifikat gewährleistet, dass das verwendete Holz aus legalen und verantwortlichen bewirtschafteten Wäldern stammt und Bezugsquellen überprüft werden.



Alle Mitarbeiter sind angewiesen, soweit es der Arbeitsalltag zulässt, papierlos zu arbeiten. Das bedeutet sie versuchen soweit es geht auf Papier zu verzichten.

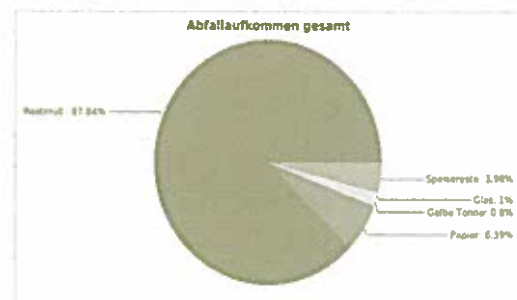
Leider ist unser Papierverbrauch 2015 zu 2012 leicht angestiegen, dies ist auf die Einführung der Two-Way-Interface-Schnittstelle zurückzuführen.

	Einheit	2012	2015
Papiergewicht gesamt/Papierverbrauch Gesamt in kg	Kg	1.412,50	1.625,00
Papiergewicht pro Übernachtung/ Papierverbrauch Gesamt in kg	Kg	0,02	0,03

3.4. Abfall

Ausweis der verschiedenen Abfallarten, gesamt und pro Übernachtung.

	Einheit	2012	2015
Abfallaufkommen gesamt	l	724.320,00	499.150,00
Abfallaufkommen pro	l	11,76	7,93
Restmüllaufkommen pro	l	5,40	4,10
Anteil wiederverwerteter Abfälle	%	54,08	48,32
Anteil Recyclingpapier am	%	0	0



Das Abfallaufkommen konnte aufgrund von reduziertem Verpackungsmaterial und kontrollierter Mülltrennung verringert werden.

3.5. Wasser

Der **Wasserverbrauch** ist sehr von der Belegung geprägt. Hier betrachten wir den Wasserverbrauch je Übernachtung.

Der Verbrauchskennwert beträgt **0,157 cbm/Gast**. Das ist ein Wert im unteren Drittel der Vergleichsgruppe.

Der Kennwert ist gegenüber dem Vorjahr um ca. **1%** gestiegen. Gegenüber dem Höchstwert in 2011 ist der Kennwert inzwischen um ca. **21%** gesunken.

Die Betrachtung des Diagramms 4 beiliegender Grafik führt zu folgenden Aussagen:

- Die monatlichen Kennwerte sind weiterhin recht regelmäßig und unauffällig.

Ergebnis: Der Wasserverbrauchskennwert befindet sich auf gutem Niveau.

	Einheit	2012	2015
Wasserverbrauch Gesamt	m ³	9.930,00	9.882,0
Wasserverbrauch pro Übernachtung	m ³	0,16	0,16

3.6. Arbeitssicherheit und Gefahrenstoffe

Unser Hotel greift bei der Wäscherei auf externe Partner zurück. Das Reinigungspersonal und die Zimmermädchen werden kontinuierlich von der Hausdame darauf hingewiesen, sparsam mit den Reinigungsmitteln umzugehen. Die Statistik zeigt, dass die Maßnahmen erfolgreich sind. In unserem Hotel werden nur biologisch abbaubare Reinigungsmittel verwendet.

	Einheit	2012	2015
Wasch-/Reinigungsmittel fest	kg	240,00	200,00
Wasch-/Reinigungsmittel flüssig	l	960,00	808,00
Gefahrstoffen	l	200,00*	200,00
Reinigungsmittel fest pro Übernachtung	kg	0,00	0,00
Reinigungsmittel flüssig pro Übernachtung	l	0,02	0,01
Gefahrstoffen pro Übernachtung	l	0,00	0,00
Anteil biologisch abbaubarer Chemikalien	%	100,00	100,00

*Werte von 2012 wurden angepasst

3.7. Biodiversität

Wegen den örtlichen Gegebenheiten werden 100% der Flächen als Nutzflächen verwendet. Diese Zahl ist bei Stadthotels eine durchschnittliche Gegebenheit und Veränderungen sind daher mit einem hohen Kostenfaktor verbunden.

	Einheit	2015
Gesamtgrundstücksfläche in m ²	m ²	8.005,32
Bebaute und versiegelte Fläche m ²	m ²	8.005,32
Anteil nichtversiegelte Fläche	%	0,00

3.8. Landnutzung, Gebäude und Ausstattung

Bau und Gestaltung des Hotels stimmen mit den örtlichen Bebauungsplänen überein und erfüllen alle Anforderungen. Das Hotel wurde 1997 gebaut, da das Hotel lediglich gepachtet ist, können Renovierungsarbeiten nur durch die Hausverwaltung geschehen. Seither gab es einzelne Erneuerungen und Renovierungen.

3.9. Barrierefreie Nutzung

Von den 188 modernen und lichtdurchfluteten Zimmern ist ein Zimmer behindertenfreundlich ausgestattet.

4. Gäste

4.1. Gästezufriedenheit

Unsere Gäste haben jederzeit die Möglichkeit, über das interne Bewertungsprogramm Medallia online oder per Bewertungsbogen ihrer gesammelten Erfahrungen wiederzugeben. Diese werden nach einem Punktesystem bewertet von 1 – 10. Jede Bewertung wird schriftlich vom Hotel kommentiert, wenn der Gast diesem zu gewilligt hat.

	Einheit	2012	2015
Zufriedenheitsindex Gäste	%	82,00	84,0
Rücklaufquote Gästebefragung	%	65,00	68,0
Anteil wiederkehrende Gäste/Stammgäste	%	69,00	70,0

Anhand der abgegebenen Bewertungsbögen, erhält das Hotel eine Auswertungen mit seinen Schwächen und Stärken. Diese Bewertungen sind unterteilt in die entsprechenden Abteilungen, die ein Hotel hat.

So lässt sich genau erkennen, in welchen Bereichen und bei welchen Kriterien wir Verbesserungen vornehmen müssen oder gegebenenfalls schon gut aufgestellt sind.

Diese Aussagen, werden dann in einem persönlichen Gespräch mit dem entsprechenden Abteilungsleiter diskutiert. Nur so sind wir in der Lage uns stetig zu verbessern und dem Gast einen angenehmen Aufenthalt zu gestalten.

	Einheit	2012	2015
Index Gästeinformation	%	60,0	69,0

4.2. Gästeinformation

Unsere Gäste werden über unsere Nachhaltigkeit in verschiedener Art und Weise informiert. Auf unserer Homepage, in den Zimmer, im Restaurant und auf verschiedenen Printmedien.

5. Mitarbeitende

5.1. Beschäftigtenstruktur

Der weibliche Anteil innerhalb unserer Führungspositionen beträgt 30%. Insgesamt auf alle Festanstellungen betrachtet beträgt der Frauenanteil sogar 62,12%. Unter den Auszubildenden beläuft sich der Anteil Frauen auf 80%. Freie Mitarbeiter beschäftigen wir gar keine, lediglich Minijobber. Hierbei handelt es sich ausschließlich um weibliche Beschäftigte.

5.2. Personalentwicklung

Herkunft, Alter, Glaube und sexuelle Orientierung sind bei der Einstellung – egal welche Position – völlig irrelevant. In der Hotellerie mit internationalem Kundenkreis ist gerade der „bunte Mix“ im Team von großem Vorteil. Die Mitarbeiter/Innen nehmen einmal jährlich an einer Schulung zum Thema „Allgemeines Gleichstellungsgesetz“ teil. Durch unseren Anschluss an den Arbeitgeberverband DEHOGA Nordrhein erhalten alle unsere Mitarbeiter/Innen mindestens Tariflohn. Überstunden sind kaum notwendig, andernfalls werden sie zeitnah in Freizeit wieder abgegolten. Alle Mitarbeiter/Innen erhalten ohne die einjährige Wartezeit einen Zuschuss zu vermögenswirksamen Leistungen. Unsere Mitarbeiter/Innen erhalten die Anwesenheitskosten kostenfrei. Die Pauschalbesteuerung für diese Leistung erfolgt durch den Arbeitgeber. Einen Betriebsrat gibt es – wahrscheinlich bedingt durch die eher kleine Betriebsgröße – nicht.

	Einheit	2012	2015
Anteil Weiterbildungsmaßnahmen an Personalkosten	%	5,0	5,0

5.3. Mitarbeiterzufriedenheit

Die Mitarbeitenden-Befragung bei uns im Haus wurde im 1-2. Quartal 2016 durchgeführt.

Alle Mitarbeiter haben einen Link mit einem einmaligen Zugang zu der Befragung bekommen. Von 66/ 51 Mitarbeitenden (davon sind 12 Auszubildende, befristet Angestellte, Aushilfen) wurden 24 Fragebögen ausgefüllt. Das entspricht einer Beteiligung von 44,4 %.

Die Befragung bestand aus vier Teilen: Strategie & Management, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz im Unternehmen, sowie Frage zum eigenen Umweltverhalten.

Erfreulich ist auch, dass die Mitarbeiterzufriedenheit seit 2012 noch einmal gesteigert werden konnte. Ein positiver Aspekt der dazu beigetragen hat, ist die Einführung eines Arbeitszeitkontos Mitte 2015, welches durch eine Stempeluhr dokumentiert wird.

	Einheit	2012	2015
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	61,78	63

6. Beschaffung

Nach Beginn des Zertifizierungsverfahrens haben wir natürlich verstärkt darauf geachtet, dass wir im Einkauf von Büromaterialien, Give-Aways und sonstigen Artikeln nachhaltig einkaufen. Hier ist weiterhin noch Potenzial vorhanden.

Im Tagungsbereich, sowie Restaurant haben wir bereits in den letzten Jahren die Anzahl von Fairtrade-Produkten erhöht. Dieses Angebot wird von unseren Gästen sehr gut angenommen, sodass unser Ziel für die Zukunft ist das Angebot zu erweitern.

6.1. Lieferanten

Das Unternehmen führte im Verlauf der Datenerhebung ebenfalls eine Lieferantenbefragung durch. Leider haben dieses Jahr nur sehr wenige Lieferanten an unserer Befragung teilgenommen, sodass wir keine Vergleichsanalyse durchführen können.

Weiterhin ist zu erwähnen, dass wir mit der Einkaufsgesellschaft Prognos sehr eng zusammenarbeiten. Diese legt bei Ihren Lieferanten sehr großen Wert auf Nachhaltigkeit.

	Einheit	2012	2015
Anteil Lieferantenbefragungen	%	46,88	2,86
Anteil zertifizierter Lieferanten	%	53,33	80,00

7. Community Involvement

Wir unterstützen aktiv den Einstieg von Jugendlichen in den Beruf, in dem wir Praktika anbieten ohne weitere Zugangsvoraussetzungen. Grundsätzlich hat jede/r Schüler/in eine Chance auf einen Praktikumsplatz ohne Bewertung der Schulform oder des Schulabschlusses. Über dieses Praktikum wäre es auch möglich, einen Ausbildungsplatz zu erhalten.

Mit Spenden unterstützen wir die folgenden Organisationen: Kölner Klinikclowns e.V., Reiterkorps Jan von Werth von 1925 e.V. für herzkranke und körperlich behinderte Kinder über das Kinderkrankenhaus Amsterdamer Straße in Köln, Pfarrjugend Köln-Stammheim zur Unterstützung des örtlichen Kindergartens.