

# Attraktive Förderbeiträge für effiziente Kälteanlagen

Jetzt ist der Zeitpunkt richtig, um sich Gedanken über Energiekosten und Betriebssicherheit der Kälte- oder Klimaanlage zu machen.

Kosten einsparen hat in der Hotellerie und Gastronomie angesichts der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen Hochkonjunktur. Da macht es Sinn, die Betriebskosten genau unter die Lupe zu nehmen. Denn in diesem Bereich tut jeder unnütz ausgegebene Franken besonders weh. Ein Kostenfaktor ist beispielsweise der Strom für die Kältetechnik. Dieser kann bis zu einem Fünftel des gesamten Elektrizitätsverbrauchs in Restaurants und Hotels ausmachen. Es lohnt sich also, genau hinzuschauen und den Finger auf wunde Stellen zu legen.

«Eine optimale Kältetechnik senkt die Energie- und Betriebskosten.»

ROLF LÖHRER, VORSITZENDER  
TECHNISCHE KOMMISSION  
DES SCHWEIZERISCHEN VEREINS  
FÜR KÄLTETECHNIK SVK

Mit drei einfachen Massnahmen lassen sich die Energiekosten senken: das richtige Verhalten der Mitarbeitenden fördern, die Kälteanlage regelmässig optimieren und sich rechtzeitig überlegen, wie ein Ersatz der Kälte- und Klimaanlage am besten angegangen wird.

Die Webseite der Kampagne effiziente Kälte des Schweizerischen Vereins für Kältetechnik SVK und von Energie Schweiz bietet einfache, verständliche

Informationen und Checklisten zu allen drei Massnahmenfeldern.

## Mitarbeitende schulen

Mitarbeitende haben einen spürbaren Einfluss auf die Höhe der Energierechnung. So gilt es, bei der Kältetechnik darauf zu achten, dass die Türen von Kühl- und Tiefkühlräumen rasch geschlossen werden. Mit einem rechtzeitigen Beschatten, damit Sonne und Wärme draussen bleiben, lassen sich die Betriebskosten von Klimaanlage senken.

## Kälteanlage kontrollieren

Energiesparen im Betrieb bedeutet zuerst einmal einen Aufwand, bei dem der Ertrag nicht von vornherein klar ist. Die Kälteexperten sind sich aber einig, dass es sich lohnt. Denn mit dem jährlichen Kälte-Check der Kampagne effiziente Kälte und den daraus abgeleiteten Massnahmen kann der Stromverbrauch der Kälteanlage sehr einfach um zehn bis zwanzig Prozent reduziert werden.

## Leistungsgarantie öffnet langfristige Effizienzchancen

Aus dem Vollen schöpfen kann man in Sachen Energieeffizienz, wenn die Kälteanlage ersetzt werden muss. Eine Neubeschaffung ist der richtige Zeitpunkt, um mit oft geringen oder gar keinen Mehrkosten den Aufwand für die Kühlung für die nächsten zehn bis 15 Jahre – so lange halten Kälteanlagen oder Kühlbuffets in der Regel – zu senken. Dabei muss niemand Kältefachmann sein, um zu einer guten Kälteanlage zu gelangen. Wichtig ist, vom Kältefachmann oder Lieferanten zu verlangen, dass er eine Anlage gemäss den Anforderungen der «Leistungsgarantie Kälteanlagen» des Schweizerischen Vereins für Kältetechnik und von Energie Schweiz offeriert und die ausgefüllte und unterzeichnete Leistungsgarantie als Bestätigung der Offerte beilegt.

Dank der Leistungsgarantie können verschiedene Offerten verglichen werden. Zudem zeigt

diese auf, wie teuer die Anlage über die ganze Lebensdauer zu stehen kommt. Dazu zählen nicht nur die Investitionen, sondern auch die Betriebs- und Unterhaltskosten. So kann eine etwas teurere und effizientere Kälteanlage auf längere Sicht einiges günstiger zu stehen kommen als eine billige, dafür aber stromfressende Lösung.

Die Leistungsgarantie hilft, an alles zu denken. Der Kältefachmann klärt ab, ob die Abwärme der Kälteanlage für die Heizung genutzt werden kann und ob es wirtschaftlich ist. Gerade in Hotels bedeutet die Vorwärmung des Warmwassers mithilfe der Abwärme eine wesentliche Kosteneinsparung. Ein weiterer Punkt der Leistungsgarantie zeigt, ob ein Kältemittel gewählt wird, das die Umwelt so wenig wie möglich belastet und auch während der kommenden Jahre bei einem Kältemittelverlust nachgefüllt werden darf.

ROLF LÖHRER/(GAB)

## Förderprogramme gezielt nutzen

Während das Programm «Klimafreundliche Kälte» der Stiftung Klik vorzeitigen Ersatz von Anlagen mit veralteten Kältemitteln unterstützt, zielt ProFrio auf den Bau energieeffizienter Anlagen. Zudem fördert ProFrio die Optimierung bestehender Anlagen, so etwa die Umsetzung des Kälte-Checks der Kampagne effiziente Kälte, und leistet einen finanziellen Beitrag an (kleine) Investitionen in energieeffiziente Lösungen. So erhalten Betriebe mit einer Anlage bis 20 kW Kälteleistung einen Förderbeitrag von 320 Franken, wenn sie den Kälte-Check durchführen, oder 600 Franken für das Nachrüsten einer bedarfsabhängigen Abtauung zum Energiesparen. Für beide Förderprogramme muss die Leistungsgarantie Kälteanlagen ausgefüllt werden.

Die Beiträge auf den Produktseiten werden von Gabriel Tinguely zusammengestellt und redigiert. [gabriel.tinguely@hotellerie-gastronomie.ch](mailto:gabriel.tinguely@hotellerie-gastronomie.ch)



Mehr Informationen unter:  
[www.effizientekaelte.ch](http://www.effizientekaelte.ch)  
[www.kaelteanlagen.klik.ch](http://www.kaelteanlagen.klik.ch)  
[www.energie-partners.ch/profrio](http://www.energie-partners.ch/profrio)



ZVG

## Schweizer Messer

Vom Schmieden des heissen Stahls über das Anpassen der Griffe bis hin zum letzten Klingschliff werden die Messer der Marke «sknife» von Hand in der Schweiz hergestellt. Als Meilenstein in der noch kurzen Geschichte kann der Verkauf des tausendsten «sknife»-Steakmessers gefeiert werden. Um der grossen Nachfrage gerecht zu werden, erfolgt die Griff-Montage neu im «sknife»-Atelier in Biel. So kann der Output von 50 Messern auf über 100 Messer pro Woche erhöht werden.

[www.welt-der-messer.ch](http://www.welt-der-messer.ch)



ZVG

## Wirbel in der Beauty-Industrie

Dyson revolutioniert mit dem Dyson Supersonic den herkömmlichen Haartrockner. Er ermöglicht einen starken und präzisen Luftstrom und liegt dank seines ausbalancierten Designs gut in der Hand. Dabei ist er deutlich leiser als vergleichbare Geräte anderer Hersteller und verfügt über eine intelligente Temperatursteuerung, die das Haar vor Hitzeschäden schützt. Coiffeure sind vom neuen Gerät begeistert.

[www.dyson.ch](http://www.dyson.ch)

## Die Leichtigkeit des Aperitif-Sommers

Lillet, der Hersteller des gleichnamigen Weinaperitifs, lässt mit der Kampagne «Lillet is in the air» eine Hommage an die Leichtigkeit des Sommers aufleben. Den französischen Aperitif gibt es diese Saison wieder in verschiedenen Variationen. Mit wenigen Zutaten wie Früchten, Minze oder Tonic und einfachen Handgriffen lassen sich aus Lillet Blanc und Lillet Rosé attraktive Drinks zubereiten.

[www.lillet.com/de-de/rezepte](http://www.lillet.com/de-de/rezepte)



ZVG

## Genuss aus der Nuss

Das neue Kokosnusswasser von Innocent ist ein 100 Prozent natürlicher Durstlöcher. Hauseigene Fruit Scouts fanden in Thailand eine besonders aromatische Kokosnuss. Kokosnusswasser ist äusserst kalorienarm und fettfrei. Ein Glas Innocent «Coconut Water» deckt 26 Prozent des täglichen Kaliumbedarfs, was den Wasserhaushalt des Körpers reguliert. Innocent sorgt dafür, dass die Kühlkette vom Knacken der Kokosnuss bis zum ersten Schluck gewährleistet ist. Nur so kommt der Pflanzensaft ohne Konzentrate, Süss- und Konservierungsstoffe aus.

[www.innocentsmoothies.ch](http://www.innocentsmoothies.ch)



ZVG

## Bezauberndes Licht

Emotionen gehören zum Wichtigsten, das Gastgeber anbieten. Dazu gehört neben freundlicher Bedienung und feinem Essen die Atmosphäre. Bei der wiederum spielt Licht eine wichtige Rolle. Mit perfekter Lichtgestaltung lassen sich heute Szenarien schaffen, die verzaubern, bezaubern und dabei auch sämtliche Sicherheitsaspekte erfüllen. Die Ai-Concept GmbH ist seit über zehn Jahren die Spezialistin für Aussenlicht und bietet für Hotels und Restaurants exklusive Lichtobjekte an. Deren Ästhetik vereinen Atmosphäre und funktionales Licht auf perfekte Weise. Neu im Sortiment sind Degardo Lichtobjekte und -gefässe, die durch hohe Qualität und faszinierende Anmutung überzeugen – bei Tag und Nacht.

[www.ai-concept.ch](http://www.ai-concept.ch)

## Davidoff baut Marktstellung aus

Im 140. Jahr ihres Bestehens hat die im Premium-Zigarren-geschäft weltweit führende Basler Oettinger Davidoff AG ihre starke Marktposition weiter ausbauen können. Zum dritten Mal in Folge stieg die Produktion um über vier Prozent auf 45,8 Millionen Zigarren. Während die Nachfrage in Europa und China leicht sank, legte der Absatz in Nordamerika und Asien zu. Strategisch hat Oettinger Davidoff mit dem Verkauf des Grosshandelsgeschäftes einen weiteren Schritt in der Ausrichtung auf das Kerngeschäft getan. Dazu gehören die Produktion und der Handel von Zigarren und Tabakaccessoires sowie internationale Generalvertretungen.

[www.oettingerdavidoff.com](http://www.oettingerdavidoff.com)



«Bärenstark», ein Dossier von der Kampagne effiziente Kälte gibt Tipps für tiefere Kosten beim Kühlen.

ZVG