Deutscher NACHHALTIGKEITS Kodex

DNK-Erklärung 2023

Stephan Bode Hotelbetriebs- und Verwaltungs-GmbH

Leistungsindikatoren-Set

EFFAS

Kontakt

Weiterentwicklung nachhaltiges Bewusstsein & Assistenz der Geschäftsleitung
Darlene Schwabroch

Rehteichweg 22
76332 Bad Herrenalb
Deutschland

07083927485
07083927555
schwabroch@schwarzwald-panorama.com

Leistungsindikatoren-Set

Die Erklärung wurde nach folgenden Berichtsstandards verfasst:	EFFAS

Inhaltsübersicht

Allgemeines

Allgemeine Informationen

KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT
Strategie

1. Strategische Analyse und Maßnahmen
2. Wesentlichkeit
3. Ziele
4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Prozessmanagement

5. Verantwortung
6. Regeln und Prozesse
7. Kontrolle
   Leistungsindikatoren (5-7)
8. Anreizsysteme
   Leistungsindikatoren (8)
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen
   Leistungsindikatoren (9)
10. Innovations- und Produktmanagement
    Leistungsindikatoren (10)

KRITERIEN 11–20: NACHHALTIGKEITSASPEKTE
Umwelt

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen
12. Ressourcenmanagement
    Leistungsindikatoren (11-12)
13. Klimarelevante Emissionen
    Leistungsindikatoren (13)

Gesellschaft

14. Arbeitnehmerrechte
15. Chancengerechtigkeit
16. Qualifizierung
    Leistungsindikatoren (14-16)
17. Menschenrechte
    Leistungsindikatoren (17)
18. Gemeinwesen
    Leistungsindikatoren (18)
19. Politische Einflussnahme
    Leistungsindikatoren (19)
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten
    Leistungsindikatoren (20)

Stand: 2023, Quelle: Unternehmensangaben. Die Haftung für die Angaben liegt beim berichtenden Unternehmen.

Die Angaben dienen nur der Information. Bitte beachten Sie auch den Haftungsausschluss unter www.nachhaltigkeitsrat.de/impressum-und-datenschutzerklaerung

Heruntergeladen von www.nachhaltigkeitsrat.de

Allgemeines

Allgemeine Informationen

Beschreiben Sie Ihr Geschäftsmodell (u. a. Unternehmensgegenstand, Produkte/Dienstleistungen)

Im 4 -Sterne- Superior Hotel SCHWARZWALD PANORAMA verfolgt Hüter & Geschäftsführer Stephan Bode seit 12 Jahren verstärkt eine moderne, wertschätzende und grüne Unternehmenskultur. In dem komfortablen 97 -Zimmer -Haus liegt der Fokus auf dem Wohlfühlfaktor mit ehrlicher Herzlichkeit sowie einem vorbildlichen Umgang mit natürlichen Ressourcen, regionaler Verantwortung und bestmöglicher Produktqualität. Die Kennzahlen im Überblick aus dem Jahr 2023: • Jahresnettoumsatz: 5,605 T € • Mitarbeiteranzahl: 70 • Durchschnittliche Jahresauslastung: 56,18 % Im Jahr 2018 wurde eine Position „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein" geschaffen und ein Jahr später zu einer Vollzeitstelle ausgebaut. Persönlich ist Stephan Bode bereits 2009 mit dem renommierten B.A.U.M Umweltpreis für sein nachhaltiges Engagement ausgezeichnet worden und wandelte im Jahr 2006 ein konventionelles Tagungshotel mit 158 Zimmern in ein klimaneutrales Bio- -Hotel unter Berücksichtigung von 100% ökologisch-zertifizierten Speisen um.

KRITERIEN 1–10: NACHHALTIGKEITSKONZEPT

Kriterien 1–4 zu STRATEGIE

1. Strategische Analyse und Maßnahmen

Das Unternehmen legt offen, ob es eine Nachhaltigkeitsstrategie verfolgt. Es erläutert, welche konkreten Maßnahmen es ergreift, um im Einklang mit den wesentlichen und anerkannten branchenspezifischen, nationalen und internationalen Standards zu operieren.

Strategischer Ansatzpunkt für alle unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen ist das Konzept eines ganzheitlich nachhaltigen Hotels, welches auf den folgenden 3 Grundsäulen fußt:

• Ökonomische Solidität & Weitsichtigkeit • Soziale Fairness & regionale, gesellschaftliche Verantwortung • Ressourcenschonendes, ökologisch sinnvolles Handeln Seit 2013 bildet die Integration nachhaltiger Handlungen und Prozesse das Rückgrat unserer Unternehmensstrategie. Die aktive strategische Umsetzung erfolgt in allen Hotelbereichen gleichwertig und ist in der Region bisher einzigartig. Gastronomie , Selfness , Wellness , Health , Fitness und Tagungsangebot integrieren zahlreiche Einzelmaßnahmen mit Zielen des Klima- und Umweltschutzes bei maximaler Einbindung unserer Stakeholder und der Region.

Im Sinne der Nachhaltigkeit zu handeln, ist grundsätzlich in allen Aktionsbereichen des Hotelbetriebes verankert. Wir arbeiten permanent daran, den Nachhaltigkeitsstellenwert bei unseren Lieferanten und Partnern zu erhöhen und wählen neue Kooperationspartner nach genannten Kriterien. Für die tägliche Umsetzung bzw. Übersetzung von Nachhaltigkeit, also von der Identifizierung notwendiger Ziele, zur Recherche der Themenstellungen über die Konzipierung der Inhalte, weiter über Implementation und schlussendlich zum Controlling, wurde eine zunächst Teilzeitstelle (30 h) „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein" in 2018 angelegt, welche auf Grund der umfangreichen Handlungsfelder im Jahr drauf zu einer Vollzeitstelle (39h) aufgestockt wurde. Obwohl die genannte Stelle im Jahr 2023 nicht besetzt war, hat sich das nachhaltige Handeln und Gedankengut seitens des gesamten Hotelteams getragen und, weiterentwickelt durch Geschäftsführer Stephan Bode, aufgrund seiner festen Verankerung in der Unternehmensphilosophie

stets fortgesetzt. Die freiwillige regelmäßige Berichterstattung (WIN-Charta, DNK) und die regelmäßige Veröffentlichung der Berichte zeigt Transparenz und Verbindlichkeit gegenüber Gästen, Mitarbeitenden und Lieferanten. Unser nachhaltiges Bestreben wird unter anderem durch die erfolgreiche Re-Zertifizierung „Partnerbetrieb nachhaltiges Reiseziel" von TourCert bestätigt. Eine Zertifizierung des Nachhaltigkeitsinstituts GreenSign mit „GreenSign Hotel" seit dem Jahr 2020, bei welcher wir auf Anhieb das höchste Level 5 von 5 erzielten und seitdem in Folge-Audits konsequent halten konnten, verdeutlicht weiterführend die Vorbildrolle unseres Betriebes auch für unsere Branche. Die GreenSign Zertifizierung wurde im Jahr 2022 um den Zusatz „GreenSign Health" für ein gesundes Innenraumklima, sowie im Jahr 2023 um den Zusatz „GreenSign Circular" für ein Wirtschaften im Sinne der Kreislaufwirtschaft erweitert. Letzteres haben wir durch unseren Umbau zu den ersten 100%-kreislauffähigen Hotelzimmern weltweit nach dem Prinzip CIRCULAR LIVING im Jahr 2023 maßgeblich initiiert und somit als starker Impulsgeber zur Entwicklung von „GreenSign Circular" beigetragen, damit kreislauffähiges Wirtschaften für die Hotellerie und darüber hinaus von jetzt an messbar, prüfbar und auditierbar ist sowie transparent kommuniziert werden kann.

CIRCULAR LIVING untermauert seit dem Jahr 2023 einen weiteren Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie: Gelebte und ganzheitliche Kreislauffähigkeit nach der Vision von Prof. Dr. Braungart „Eine Welt ohne Müll". In unserem Streben nach sinnvollen Lebens- und Arbeitswelten wurde gemeinsam mit dem Innenarchitekturteam von Fritz Schlecht SHL und den Cradle to Cradle® Designexperten von RITTWEGER und TEAM innerhalb von 3 Jahren ein bisher einzigartiges nachhaltiges Designkonzept zur Gestaltung und Realisierung von Hotelzimmern entwickelt. CIRCULAR LIVING ist ein völlig neues Hotelzimmerkonzept des SCHWARZWALD PANORAMA, das durch den höchsten Standard für Ökoeffektivität Geschichte schreibt. Die Umsetzung erfolgt auf einem bisher einzigartigen Qualitätsniveau nach den Regeln der Natur und der Circular Economy: Gestalten, um zu erhalten. Damit ist und bleibt eine nachhaltig-zirkuläre Zukunft des Wirtschaftens in der Hotellerie sowie branchenübergreifend zum Wohle und Nutzen aller unsere Herzensangelegenheit. (Mehr dazu siehe ‚3: Ziele')

Ein weiterer bedeutender Schwerpunkt unseres nachhaltigen Handlungsbestrebens liegt auf dem Ausbau von Maßnahmen zur Vermeidung, Reduktion aber auch Neutralisierung von umweltschädigenden Treibhausgasen (durch Kompensation in ausgewählte Klimaschutzprojekte) in Zusammenarbeit mit dem Dienstleister Climate Partner. Ein wirkungsvoller Ansatz besteht darin, die im Veranstaltungs- und Tagungsbereich anfallenden CO_2e -Emissionen durch das obligatorische Angebot GREEN MEETINGS (klimaneutrale Veranstaltung) auszugleichen. Im Leisurebereich kann dies durch eine fakultative 1€ Abgabe in die „Klimasau" geschehen. Alle Arrangements sind seit 2017 klimaneutral. Des Weiteren bildet die Verwendung von regionalen und

saisonalen Bio -Produkten einen wichtigen Baustein unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie. Unsere Einkäufe bestehen zu 90% aus biozertifizierten Erzeugnissen und wir sind mit dem höchsten Standard „GOLD" unseres renommierten Partners Bioland ausgezeichnet. Die Klassifizierung durch „Schmeck den Süden" sichert den Gästen 100% verlässliche Regionalität aus Baden- Württemberg bei den gekennzeichneten Produkten.

Ebenfalls untermauert wird das gelebte ganzheitliche und nachhaltige Konzept durch zahlreiche Auszeichnungen wie die Nominierung zum „Umweltpreis Baden -Württembergs 2020", dem 1. Platz beim „European Green Award" im Jahr 2021 sowie des Gewinns der Kategorie „Verantwortungsvolles Geschäftsmodell & Partnerschaft" des TourCert Wettbewerbes „Fairwärts" im Jahr 2022. Im Jahr 2023 haben wir aufgrund unseres innovativen CIRCULAR LIVING Projekts zusätzliche Aufmerksamkeit verschiedener Nachhaltigkeits-Jurys erlangen können und wurden Finalist beim deutschen Nachhaltigkeitspreis 2023, Finalist beim Sustainable Hospitality Award 2023 und haben zusätzlich den 3. Platz beim deutschen Tourismuspreis 2023 belegt.

Aus der Summe der über 250 Einzelmaßnahmen aus dem intern geführten Nachhaltigkeitstagebuch entsteht mit dem SCHWARZWALD PANORAMA ein ganzheitliches Produkt, das den heutigen Bedürfnissen der Tourismus und Gesundheitsbranche sowie dem kulinarischen Markt weit voraus ist und der Gesellschaft hilft, den Übergang zum ökologischen Wandel besser und schneller zu meistern. Darauf aufbauend ergeben sich Perspektiven, als Unternehmen impulsgebend bei der touristischen Entwicklung des Ortes Bad Herrenalb und der Region Nordschwarzwald mitzuwirken und dabei die Nachhaltigkeitsstandards der regionalen touristischen Leistungsträger insgesamt zu erhöhen. Die Strategie stützt sich dabei auf international anerkannte Rahmenwerke für Nachhaltigkeit wie der ISO 14001, der ISO 26000, des Global Sustainable Tourism Councils (GSTC), den Richtlinien des deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) und den Sustainable Development Goals (SDGs). Außerdem werden in allen nachhaltigkeitsbezogenen Handlungen und Überlegungen stets die Zielsetzungen des 1,5 Grad Ziels aus dem Pariser Klimaabkommen sowie der European Green Deal berücksichtigt.

2. Wesentlichkeit

Das Unternehmen legt offen, welche Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit wesentlich auf Aspekte der Nachhaltigkeit einwirken und welchen wesentlichen Einfluss die Aspekte der Nachhaltigkeit auf die Geschäftstätigkeit haben. Es analysiert die positiven und negativen Wirkungen und gibt an, wie diese Erkenntnisse in die eigenen Prozesse einfließen.

Die Bedeutung unseres ökologischen Handelns und damit unsere Chance

definiert sich einerseits aus dem Bestreben, unsere Lebensgrundlage für zukünftige Generationen zu schützen und zu erhalten, und andererseits als einer der Vorreiter in unserer Branche Nachhaltigkeit im Mainstream voranzutreiben.

Die untenstehenden wesentlichen Unternehmenswerte basieren auf der intrinsischen Überzeugung unserer Geschäftsführung sowie dem Erfahrungszuwachs jahrelangen Unternehmertums in sich stark verändernden Zeiten. Tourismusbetriebe sind auf eine intakte Umwelt angewiesen und wir möchten sowohl als Gastgeber als auch als Gast auf Erden möglichst achtsam mit ihr umgehen. **Green Growth** ist daher für uns kein gut klingendes Schlagwort, sondern das einzige Model und eine Chance, welches langfristig funktioniert und notwendig ist: Ökologisches Wirtschaften bottom up und nicht top down. Bislang war das Paradigma der Branche Wachstum und Konkurrenz, welches nach und nach abgelöst wird von Gesundheit und Kooperation (siehe M.Horx ‚Von grüner Ökologie zu blauer Ökologie'). Erfreulicherweise lernen und realisieren wir auf allen Ebenen, auch global, dass wir die Dinge von Anfang an umweltgerecht gestalten und produzieren müssen. Die Unternehmensführung nach dem Green Growth Gedanken stammt aus einer intrinsischen Überzeugung und geht so von unserer Geschäftstätigkeit aus nach außen (inside-out Perspektive). Eine **ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft** haben wir als unsere größte Chance und unser Top Ziel für unseren Betrieb identifiziert, um verantwortungsbewusst und stets zukunftsgerichtet zu handeln und zu entscheiden. Dabei möchten wir aus innerer Überzeugung Teil der Lösung sein und den künftigen Generationen zu einem noch lebenswerten und qualitativ hochwertigen Aufenthalt auf dem Planeten Erde verhelfen. Bei der ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft handelt es such um einen Aspekt unserer Wesentlichkeit, der von unserer Geschäftstätigkeit im Innen nach außen strahlt. Gleichzeitig sorgen jedoch die bestehende Ressourcenverknappunt und das desaströse menschliche Überstrapazieren der planetaren Grenzen, also das Geschehen im Außen, dafür, dass wir uns diesen Punkt überhaupt auf die Fahne geschrieben habe (outside-in Perspektive). Eine weitere Chance ergibt sich aus dem Spektrum an nachhaltigen Angeboten, Best Practices und **Nudges für umweltbewussteres Handeln**, mit welchen wir sowohl unseren Gäste als auch unseren Kollegen und Kolleginnen nachhaltigere, bessere Wege aufzeigen und zur eigenen Umsetzung sensibilisieren und inspirieren wollen - von innen nach außen, also ganz gemäß der inside-out Perspektive. Insbesondere Urlaubsgäste sind während ihres Aufenthalts sehr offen dafür, ihren Horizont zu erweitern und stehen (nachhaltigen) Veränderungen oder ihrem Ausbruch aus dem alltäglichen Tunnelblick grundsätzlich interessiert gegenüber. Durch den aktiven und ständigen Appell (emotional sowie rational) können wir unsere Mitmenschen so erreichen, dass sie ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft entwickeln, auf welchem aufbauend sie ihre Gewohnheiten im Alltäglichen langfristig verändern und Maßnahmen umsetzen, die jeder ohne Mühen oder Schwierigkeiten in seinem Wirkungskreis umsetzen kann. Ebenfalls möchten wir in unserer Rolle als Pionier stets innovative

nachhaltige Startups unterstützen und auch selbst durch unsere Impulse (Öffentlichkeitsarbeit, Vorlesungen, Workshops) einen positiven Schneeballeffekt innerhalb unserer Anspruchsgruppen lostreten. Wir begrüßen Teammitglieder aus aller Welt und in allen Altersgruppen bei uns. Dieser hohe Grad an **Diversität** ergibt viele neue Möglichkeiten für die Vermittlung von nachhaltiger Bildung. Selbst eine hohe Fluktuation, welche im Regelfall betriebswirtschaftlich wenig wünschenswert ist, kann auf diesem Wege einen positiven Aspekt aufzeigen, indem eine Vielzahl von Menschen durch ihre Arbeit bei uns inspiriert werden und Impulse als Multiplikatoren idealerweise auch weitertragen. Das hohe Maß an Diversität auf dem Arbeitgebermarkt wirkt zunächst von außen auf unsere Geschäftstätigkeit ein, wir haben diese jedoch als Vorteil erkannt und in unserer Unternehmenswesentlichkeit verinnerlicht. Wesentliche Themen, die wir in unserer Zusammenarbeit mit unseren Teams vermitteln sind Produktverantwortung, Anreize zum Umdenken und ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen. Von den globalen Zielen für eine nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030 (SDGs) fokussieren sich unsere Angebote auf:

• Ziel 4 (hochwertige Bildung) • Ziel 8 (menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum) • Ziel 12 (nachhaltiger Konsum und Produktion) • Ziel 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz) • Ziel 14+15 (Leben unter Wasser und an Land) • Ziel 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele) Nachfolgend noch einige Herausforderungen und Risiken, die wir nicht aktiv steuern können, jedoch als „negativ" für unsere Nachhaltigkeitsperformance einordnen:

• Nachwehen der Covid19-Pandemie und noch immer immense Preissteigerungen durch Inflation in allen Wirtschaftsbereichen • Lieferengpässe bei sämtlicher Ware, insbesondere bei biologisch erzeugten Lebensmitteln aus der Region • Mit der Inflation einhergehende Preissensibilität unserer Gäste trotz gleichzeitig gewachsener Erwartungen und Ansprüche • Nicht-Vorhandensein von kreislauffähigen Produkten und Materialien in vielen Bereichen (= Cradle-to-Cradle®-Zertifizierungen immer noch selten) • Unattraktivität unserer Branche für Arbeitskräfte (= Fachkräftemangel stark spürbar) • Teils ungeeignete Gebinde bei Lieferware im B2B-Bereich (= unnötiger Müll durch Umverpackungen) • Anfahrt unserer Gäste, Mitarbeitenden und Lieferanten (= öffentliche Verkehrsanbindung aufgrund unseres Standorts nicht optimal, Lieferantenflotte nur schwer beeinflussbar) • Bereitstellung von Angeboten (z.B. Schwimmbad) trotz geringer Nachfrage (= ökologisch sowie ökonomisch häufig eine Minusrechnung) • Noch immer fehlende Technologien für eine Dekarbonisierung in unserer Branche bei Scope 1-3 • Älteres Hotelgebäude mit mangelnder Infrastruktur für energetische Fortschritte (= große Investitionssummen für energetische Erschließung nötig) • Globale Herausforderungen wie die zunehmende politische Instabilität, Kriege und Terrorismus, sich ändernde Kräfteverhältnisse (= allgemeine Verunsicherung der Bevölkerung, die sich sowohl auf unsere Gäste als auch auf unsere Mitarbeitenden auswirkt und eine große Belastung darstellt)

3. Ziele

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und/oder quantitativen sowie zeitlich definierten Nachhaltigkeitsziele gesetzt und operationalisiert werden und wie deren Erreichungsgrad kontrolliert wird.

Unser langfristiges Ziel und oberste Priorisierung, um zum 1,5 Grad Ziel als global festgelegtes Ziel beizusteuern und damit die globale Erwärmung zu verlangsamen, ist die **Dekarbonisierung** und gänzliche Reduktion von Treibhausgasen. Angesichts der fehlenden Technologien und Abhängigkeit der vor - und nachgelagerten Leistungen aus Scope 3 ist dieses Ziel, Stand heute, eher idealistisch als realistisch. Daher ist unsere Entscheidung, seit 2013 in anerkannte Klimaschutzprojekte zu investieren, um die entstandenen Restemissionen in Teilen auszugleichen, aktuell die einzig sinnige Alternative und ein guter Beitrag zum aktiven Klimaschutz. Seit 2013 erstellen wir jährlich eine CO_2 -Bilanz mit anschließender Analyse der Reduktionspotentiale und Umsetzung abgeleiteter Maßnahmen dazu. Unser nächstgrößtes Ziel für die kommenden 5 Jahre ist die **energetische Erschließung** unseres 11.000 m^2 großen Geländes, um den Weg für die Strom- und Wärmeversorgung mit selbst erzeugten erneuerbaren Energiequellen zu ebnen. Angestrebt ist zunächst eine Dachsanierung mit anschließendem Bau einer Photovoltaikanlage, welche voraussichtlich ein Drittel unseres jährlichen Stromverbrauchs decken wird. Eine vollständige Energieautarkie ist frühestens in 10 Jahren realistisch, weshalb wir diese Mammutaufgabe in kleine Stückchen herunterbrechen und diese nach und nach angehen werden. Zu diesem Prozess gehören außerdem die vollständige Gebäudeertüchtigung inklusive Dämmung und Isolierung mit dem langfristigen Ziel der 100%-igen energetischen Unabhängigkeit, durch welche wir im Idealfall nicht nur komplett autark sein werden, sondern zusätzlich überschüssigen Strom abgeben können. Ein weiterer Bestandteil dieses Prozesses sind Überlegungen zur Anschaffung eines isolierten Containers für die Sammlung von Fäkalien unserer Gäste, welche in Wärme umgewandelt werden können. Mit diesem Fortschritt wäre der wohl ultimative menschlich-energetische Kreislauf geschaffen. Da es hierfür bislang jedoch weder ausgereifte Technologien noch die benötigte sanitäre Infrastruktur im SCHWARZWALD PANORAMA gibt (z.B. Auffangbecken, Rohre zur Weiterleitung in den Container), ist dieser Gedanke weder priorisiert noch mittelfristig von Bedeutung. Die Dringlichkeit der energetischen Erschließung wurde von der Geschäftsführung aufgrund von eigenen Nachhaltigkeitsansprüchen, steigenden Energiekosten sowie Wettbewerbsvorteilen und einer erwarteten Wertsteigerung der Immobilie nach erfolgreicher Erschließung definiert. Ein weiteres priorisiertes Ziel für die nächsten 5 Jahre ist die weitere Renovierung unseres Hauses nach unserem im

Jahr 2023 erfolgreich eingeführten Designkonzept **CIRCULAR LIVING**. 24 CIRCULAR LIVING-Zimmer sind seit Sommer 2023 nach den höchsten kreislaufwirtschaftlichen Kriterien fertiggestellt und bereits von Gästen buchbar, unterteilt in drei außergewöhnliche Themenwelten. Die verwendeten Materialien sind dabei sehr vielfältig, vereinen aber die gleichen Eigenschaften: Sie sind wiederverwertbar und bleiben als Wertstoffe im Sinne der Circular Economy erhalten. Das trägt zur Verringerung der CO2-Emissionen bei, da der Bedarf an der Neuproduktion der Baumaterialien und Ausstattungsprodukte erheblich reduziert werden kann. Unser Ziel ist es, im SCHWARZWALD PANORAMA ein Modell für nachhaltige Hotellerie zu schaffen, bei dem alle Transformationsfelder miteinander in Einklang stehen – nicht nur der Aspekt Klima für sich. Wir nutzen die einzigartige Idee von Cradle to Cradle®, um ökologisches Handeln zu fördern und ein Kreislaufwirtschaftssystem in unserem Hotel zu etablieren, das als Vorbild für die gesamte Hotelbranche dienen kann. Wir wollen Gesundheit, Klimaeffektivität, Ressourcenschutz, soziale Verantwortung und den Erhalt der Artenvielfalt in ausgewogene Wechselwirkung miteinander bringen, um eine nachhaltige und zirkuläre Zukunft in der Hotellerie zu gestalten. Das einzigartige Hotelzimmerkonzept CIRCULAR LIVING hat das Potenzial, in weiteren Hotelbetrieben und über die Hotelbranche hinaus z.B. im Klinik-Bereich adaptiert zu werden. Für die nächsten zwei Jahre steht der Umbau weiterer 24 Zimmer (4. OG) nach dem Modell CIRCULAR LIVING an, damit wir noch mehr Gästen das Schlafen und Wohnen in diesen besonderen Designzimmern ermöglichen können, unsere Wettbewerbsfähigkeit am Markt sowie unsere Positionierung als innovativen Impulsgeber für Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz steigern können. Der gegenwärtige **Transformationsprozess**, von welchem der erfolgreich abgeschlossene Umbau des 3. OG sowie der angestrebte Umbau des 4. OG zwei wichtige Bestandteile sind, wird in den nächsten 5 bis 10 Jahren weitere Früchte tragen. So sind neben dem energetischen Umbau weitere Renovierungsarbeiten geplant, darunter in den öffentlichen Bereichen – in Teilen ebenfalls nach dem CIRCULAR LIVING Modell – sowie das 1. und 2. OG. Für Letztere werden die abgetragenen Materialien aus dem 3. & 4. OG in Form von innovativen Upcyclingdesigns in neuem Glanz erstrahlen. Weitere, weniger aufwendige und kurzfristigere Ziele für die kommenden Geschäftsjahre lauten:

Im F&B-Bereich: • Aufrechterhaltung der Bioland GOLD-Zertifizierung • Aufrechterhaltung der „Schmeck den Süden" – Klassifizierung • Ausbau pflanzenbasierter Angebote Im Digitalisierungs-Bereich: • Einführung eines internen, digitalen Kommunikationstools • Einführung eines digitalen Tools für Lohn- und Gehaltszahlungen • Einführung eines digitalen Rechnungswesens • Ausbau der digitalen Guest Journey • Einführung von Möglichkeiten des Home-Office Arbeitens Im sozialen Bereich: • Start unserer Gemeinwohlökonomie-Bilanzierung • Resilienz-Trainings zur Persönlichkeitsentwicklung unserer Mitarbeitenden • Weiterführung und Ausbau umweltrelevanter Schulungen für das Team • Sicherung von Talenten und Akquise neuer Talente • Besonderes Augenmerk & Pflege der Nachwuchstalente (Auszubildenden) • Ausbau

Benefits für Mitarbeitende zur Steigerung der Attraktivität Zertifizierungen & Awards: • Aufrechterhaltung und Verbesserungen unserer „GreenSign" – Zertifizierungen • Erzielen hoher Platzierungen für den deutschen Nachhaltigkeitspreis, Tourismuspreis, Baden-Württembergischen Umweltpreis und weitere Wettbewerbe Sonstiges: • Kontinuierliche nachhaltige Beschaffung • Weiterführender Ausbau der nachhaltigen Kooperationen und Partnerschaften • Neubesetzung der Stelle „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein" zur Steuerung und Optimierung dieser Prozesse

Für die Kontrolle und Erreichung all dieser Ziele sind die Geschäftsführung und die Stelle Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein zuständig, welche sämtliche Fortschritte im engen Dialog beobachten, analysieren und auf sämtliche Zielerreichungen hinarbeiten.

Das Hinarbeiten und Hinwirken auf die globalen Ziele für nachhaltige Entwicklung, die bereits im Kapitel ‚Wesentlichkeitsanalyse' beschrieben wurden, findet bezogen auf all unsere kleinen und großen unternehmerischen Nachhaltigkeitsziele gleichermaßen statt.

Von den globalen Zielen für eine nachhaltige Entwicklung der Agenda 2030 (SDGs) fokussieren sich unsere unternehmerischen Nachhaltigkeitsziele auf:

- Ziel 4 (hochwertige Bildung)
- Ziel 8 (menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum)
- Ziel 12 (nachhaltiger Konsum und Produktion)
- Ziel 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz)
- Ziel 14+15 (Leben unter Wasser und an Land)
- Ziel 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele)

4. Tiefe der Wertschöpfungskette

Das Unternehmen gibt an, welche Bedeutung Aspekte der Nachhaltigkeit für die Wertschöpfung haben und bis zu welcher Tiefe seiner Wertschöpfungskette Nachhaltigkeitskriterien überprüft werden.

Unsere Dienstleistung durchläuft ein breites Spektrum, angefangen bei vorgelagerten Aspekten wie dem Einkauf biologisch erzeugter Waren und nachhaltiger Produkte, über die Leistungserbringung LOGIS, GASTRONOMIE, WELLNESS, SELFNESS und CAMPUS vor Ort, bis hin zu den nachgelagerten Aspekten wie Entsorgung und Wäscherei (extern).

Unsere Nachhaltigkeitsmaßnahmen entlang dieser Wertschöpfungskette, hier vereinfacht aufgeteilt in „vorgelagert", „vor Ort" und „nachgelagert" sind in der

untenstehenden Tabelle verdeutlicht:

	Vorgelagert → Einkauf	Vor Ort → Dienstleistung	Nachgelagert → Entsorgung
LOGIS			
Textilien	• ≥ 90% Öko-Tex-100% & zertifiziert	• Anreiz zum Zimmerreinigungsverzicht durch Lavendelsäckchen und Schokoläd-chen	• Schonendes Waschen (extern) der „grünen Wäscherei" Merz (durch Kreuzstromwärmetauscher, unbhängige Gasbrenner und eine Jetpresse werden jährlich 60% Wasser, 50% Energie und 30% THG-Emissionen eingespart
Möbel	• In den 24 CIRCULAR LIVING Zimmern: Kreislauffähig, C2C- oder EcoVadis Silber - zertifiziert, biologisch abbaubar, schadstofffrei	• Naturnahes und gesundes Wohn- und Schlafambiente • Inspirierende, nachhaltige Einrichtung als „Nudge" für den privaten Nachbau (Anleitung transparent auf unserer Website)	• Alle Bestandteile der 24 CIRCULAR LIVIG Zimmer: Rohstoffsicherung und Materialweiterverarbeitung durch Rücknahmevereinbarungen mit Lieferanten gesichert
Kosmetik	• Bio-Kosmetik, C2C-zertifiziert, vegan, klimaneutral, Verpackung aus 100% Alt-Plastik	• Einfach zu dosierendes System, , jedoch kein Einfluss auf Mengenverbrauch der Gäste	• Leere Kosmetikspender wandern ordnungsgemäß zum Recycling in den gelben Sack
GASTRONOMIE			
Speisen & Getränke im Restaurant La Vie & auf den Gästezimmern	• ≥ 90% Bio mit entsprechendem Zertifikat • ≥ 90% regional (Umkreis 100 km) • Umweltfreundliche Verpackung, wenn möglich (z.B. Großgebinde, Holzkaffeekapseln)	• Schonende Zubereitung auf energiesparenden Kochgeräten nach dem „Slow Food"-Ansatz; • Ganzheitliche Verwertung von Lebensmitteln „From-root-to-stem"	• Speisereste & Buffetrücklauf gehen entweder an die Mitarbeitenden (Vermeidung Lebensmittelverschwendung), oder gesammelt an unseren Partner ReFood → Biogas & Dünger
Zero-Waste-Frühstücksbuffett	• Einkauf ≥ 90% aller Frühstückskomponenten im Großgebinde → Herausforderung: BIO-Speisen (z.B. Müsli) noch nicht in B2B-Mengen im Großgebinde	• Ansprechende Auslage aller Lebensmittel, gänzlich Verpackungsfrei • Kreative Nutzung von zum Beispiel einem Butterspender oder Weinflaschenböden als Eierbecher (Upcycling)	• Keine Entsorgung von Kleinstverpackungen, da nicht vorhanden
WELLNESS/ SELFNESS			
Kosmetik	• Bio-zertifizierte Naturkosmetik, vegan, tierversuchsfrei	• Nicht verschwenderische Nutzung, korrekte Lagerung und Aufbewahrung	• Kosmetik nahe des Mindesthaltbarkeitsdatums wird dem Team geschenkt
Trinkbecher im Wellnessbereich	• Mehrweg-Trinkbecher aus Bio-Kunststoff (langlebig & biologisch abbaubar)	• Nutzung der Becher und anschließende Sammlung zum anschließenden Waschen → Kein Abfall	• Keine Entsorgung, da Mehrfachnutzung • Wenn kaputt, Entsorgung über die Biotonne
MOBILITÄT			
Mobilität Gäste	• Anreiserechner auf der Homepage mit Möglichkeit zur Kompensation der Emissionen • Kostenpflichte Tiefgarage → Nudge zur Anreise mit der Bahn	• Kostenfreie KONUS-Karte zur klimafreundlichen Erkundung der Region mit den öffentlichen Verkehrsmitteln • Verleih E-Mountain-Bikes • E-Shuttle vom/zum Bahnhof • Vorhandensein Ladesäulen	• Anreiserechner auf der Homepage mit Möglichkeit zur Kompensation der Emissionen • Kostenpflichte Tiefgarage → Nudge zur Anreise mit der Bahn
Mobilität Mitarbeitende	• Rein E-betriebene Firmenflotte • Möglichkeit zum JobRad • Möglichkeit E-Firmenwagen als GWV	• Vorhandensein Ladesäulen • Nudges zum Bilden von Fahrgemeinschaften	• Rein E-betriebene Firmenflotte • Möglichkeit zum JobRad • Möglichkeit E-Firmenwagen als GWV

Grundsätzlich spielt Nachhaltigkeit in unserem Beschaffungsprozess eine elementare Rolle, nicht nur auf Produkt-, sondern vor allem auch auf Unternehmensebene. Wo immer möglich bestehen und vertrauen wir auf Zertifikate und Labels der eingekauften Produkte, um die höchstmögliche Qualität und die Erfüllung unserer Nachhaltigkeitsansprüche sicherzustellen. Am Ende eines jeden Produktlebenszyklus suchen wir individuell nach

Lösungen der Wieder- oder Weiterverwendung zum Zwecke der Rohstoffsicherung Abfallvermeidung.

Bisherige Erfolge in der nachhaltigen Optimierung unserer Wertschöpfungskette; Lieferantenoptimierungen auf unsere Initiative:

• Umstellung der Auslieferung aller Uniformen für Mitarbeitende durch unseren externen Dienstleister von Plastikfolien auf Mehrwegstoffsäcken • Umstellung der Auslieferung von Fleisch und Fisch von ursprünglichen Styroporbehältern auf Mehrwegkisten

Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass es einige Hürden entlang der Wertschöpfungskette gibt.
Dazu zählen auf ökologischer Seite beispielsweise hohe Investitionskosten für einen Umbau in Richtung sauberer Energieversorgung, eine nur schwer mögliche Einflussnahme der gewählten Mobilität zur Anreise unserer Gäste, oder aber auch der erhöhte Kostendruck im Rahmen der biologisch erzeugten Produkte. Auf sozialer Ebene stehen wir, wie viele andere Hotelbetriebe, der Herausforderung gegenüber, allzeit ausreichend und ausgebildete Teamkollegen und -kolleginnen verfügbar zu haben, um Überlastungen in den einschlägigen operativen Abteilungen vorzubeugen, ebenso wie der Tatsache, dass die Einbindung unserer Gäste in puncto Nachhaltigkeitsmaßnahmen je nach Segment und Klientel nicht immer reibungslos funktioniert (z.B. Verzicht auf Badeslipper auf den Hotelzimmer, Angebot pflanzlicher Speisen etc.). Aus ethischer Sicht besteht in der Beschaffung zwar theoretisch das Risiko der intransparenten Herkunft bei zum Beispiel Lebensmitteln oder Textilien, jedoch wirken wir dieser Gefahr durch unseren ausschließlich regionalen, innerdeutschen Einkauf sowie der Wahl nachhaltig zertifizierter und auditierter Produkte entgegen.
Schlussendlich können wir all diesen Hürden nur mit dem stetigen ehrlichen Dialog mit Lieferanten, Partnern und Mitarbeitenden entgegenwirken, ebenso wie mit der bewussten Wahl regionaler, ökologischer und nachhaltig zertifzierter Produkte in allen Bereichen. Regelmäßige Feedbackgespräche mit dem Team, Besuche unserer Lieferanten vor Ort sowie der freundliche und inspirierende Appell an unsere Gäste, sich unserem nachhaltigen Bestreben anzuschließen, sind bei uns schon immer Standard und werden durch die Position „Weiterentwicklung nachhaltiges Bewusstsein" und der Geschäftsführung bestärkt.

Kriterien 5–10 zu PROZESSMANAGEMENT

5. Verantwortung

Die Verantwortlichkeiten in der Unternehmensführung für Nachhaltigkeit werden offengelegt.

Die Verantwortung für zentrale Nachhaltigkeitsthemen, deren Identifikation, Recherche, Konzipierung geeigneter Maßnahmen, Implementation sowie das anschließende Controlling wurde in der Vergangenheit stets von der dafür eingerichteten Stelle „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein" getragen und als Stabsstelle zur Geschäftsleitung ausgeführt. Weisungsbefugnis und die non operative Eingliederung der CSR -Stelle ist dafür zwingend notwendig. Die Umsetzung der Maßnahmen erfolgt in den Abteilungen und wird über den jeweiligen Abteilungsleitenden sicher gestellt, der wiederum als Schnittstelle zwischen seinem Team und der Position „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein" fungiert. Des Weiteren dürfen und sollen sich alle Mitarbeitenden (pro)aktiv und selbständig an der Nachhaltigkeitsentwicklung beteiligen, indem sie beispielsweise Vorschläge einreichen oder auf eventuelle Missstände hinweisen. Während die Stelle „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein" nicht besetzt war, haben Stephan Bode sowie unsere Marketing Mitarbeiterinnen Lara Federle und Nathalie Riegsinger (geboren Lang) alle CSR-bezogenen Aufgaben übernommen.

6. Regeln und Prozesse

Das Unternehmen legt offen, wie die Nachhaltigkeitsstrategie durch Regeln und Prozesse im operativen Geschäft implementiert wird.

Regelwerke des Nachhaltigkeitsmanagements finden aufgrund der hohen Eigendynamik und differenzierten Angebote in unserem Betrieb wenig bis kaum nach dem „Gießkannen"-Prinzip statt. Auch der Aufbau eines nachhaltigen Schwarmwissens kann aufgrund der hohen Fluktuation und unterschiedlichen Wissensständen abteilungsübergreifend nur mühsam aufgebaut werden. Da jede Abteilung eigene relevante Themen mit Nachhaltigkeitsbezug mit sich bringt, ist das Aufsetzen eines allgemeingültigen Regelwerkes für unser Geschäftsmodell wenig erfolgsversprechend. Dazu kommt, dass jede/r Mitarbeitende einen ganz individuellen Grad an Offenheit dafür hat, gewohnte Prozesse zu verändern und die alltägliche Comfort Zone zu verlassen. Dieser Aspekt beeinflusst das nachhaltige Change-Management ungemein und ist ausschlaggebend dafür, dass der individuelle Austausch mit

Kollegen und Kolleginnen wichtiger und vielversprechender ist als ein fest gesetztes Regelwerk für das gesamte Hotel. Eine Ausnahme hierfür stellt unser hauseigenes Abfalltrennungskonzept und die damit einhergehenden Müllschulungen dar, die die abteilungsübergreifende Mülltrennquote verbessern sollen. Für andere Angelegenheiten werden abteilungsbezogene Gespräche oder Schulungen durchgeführt, um verbesserte Prozesse oder anderweitige, nachhaltige Neuerungen direkt an der richtigen Stelle zu verankern. Als feste Regel gilt: Die zentrale Anlaufstelle für das Sourcing nachhaltiger Produkte, die Entwicklung nachhaltiger Angebote sowie Optimierungen der Prozesskette ist das Büro „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein". Hier laufen sämtliche Fäden als Koordinationsplattform zusammen und werden von hier aus je nach Bedarf gesteuert. Für größere Projekte, wie Nachhaltigkeitsaudits, Aktionstage oder die Erstellung der Klimabilanz können vorübergehende Task Forces gebildet werden.

Die interne Kommunikation nachhaltiger Inhalte, Themen & Maßnahmen findet über verschiedenste Wege statt. Dazu zählen tägliche Briefings, Abteilungsleitermeetings, Mitarbeiterversammlungen, Hausmitteilungen, Schulungen, Mailings, Infobriefe, Broschüren, und das Ecoboard im Bereich der Umkleidekabinen. Bereits im Recruiting- und Onboardingprozess werden künftige Mitarbeitende zur nachhaltigen Philosophie des SCHWARZWALD PANORAMA informiert und intensiv geschult. Auch im Benefitprogramm sind Impulse verankert, die den privaten und individuellen Umstellungsprozess erleichtern sollen, wie z.B. Mitarbeiterrabatte bei Bioläden oder der Veggie Day in der Kantine. Als ausgezeichnetes Trackingtool hat sich das interne „Umwelttagebuch", in welchem sämtliche Maßnahmen geführt werden, hervorgetan.

Die jährliche Erstellung der Treibhausgasbilanzierung inklusive Analyse sowie die regelmäßige Berichterstattung über den DNK und die WIN-CHARTA stellen zwei weitere wichtige Managementtools zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des nachhaltigen Konzeptes dar und werden alle 3 Jahre mit der Re- -Zertifizierung des GreenSign -Siegels ergänzt. Eine fest etablierte Mitarbeiterbefragung, der offene Dialog untereinander und eine Feedbackbox sichern zahlreiche Rückmeldungen aus dem eigenen Team. Gästebewertungen spiegeln die erfolgreiche Umsetzung des Konzeptes und liefern Hinweise zur weiteren Verbesserung des nachhaltigen Ansatzes. Durch kurze Kommunikationswege, unbürokratische Strukturen und flache Hierarchien wird eine hohe Effektivität sichergestellt.

7. Kontrolle

Das Unternehmen legt offen, wie und welche Leistungsindikatoren zur Nachhaltigkeit in der regelmäßigen internen Planung und Kontrolle genutzt werden. Es legt dar, wie geeignete Prozesse Zuverlässigkeit, Vergleichbarkeit und Konsistenz der Daten zur internen Steuerung und externen Kommunikation sichern.

Wie bereits in Punkt 6 erläutert, erfolgt eine jährliche Erhebung und detaillierte Analyse über die Ergebnisse der CO_2e- Bilanz über unseren Partner Climate Partner. Dabei liegt stets das international geltende Greenhouse Gas Protokoll zu Grunde. In der vom Hotel vorbereiteten und von Climate Partner final aufgestellten Klimabilanz werden Daten über den CO_2-Ausstoß aller Geschäfts-bereiche (Scope 1 3 inklusive Gastronomie, MICE & Spa) ausgewiesen und anteilig in sogenannte Scopes (Geltungsbereiche) unterteilt. Dadurch wird die CO_2-Emissions -Gewichtung der Geschäftsfelder sichtbar. Auf Basis einer solchen Analyse können neue Entwicklungsbereiche identifiziert und verfolgt werden sowie Daten mit jenen aus Vorjahren verglichen werden. Die Kontrollstelle ABCERT AG kontrolliert 2x jährlich (je 1x unangemeldet und 1x vereinbart) die Einhaltung der Vorgaben des Bioland e.V., dem Verband für organisch biologischen Landbau. Weitere Audits, wie z.B. ein Energieaudit, die Klassifizierung zu „Schmeck den Süden", das TourCert Audit, das GreenSign Audit (GSTC- konform) oder Berichte wie z.B. der fairpflichtet Fortschrittsbericht, die WIN-Charta sowie der DNK stellen weitere konsistente, zuverlässige, vergleichbare Kontrollmechanismen dar. Zusätzlich halten wir engen Kontakt zu unseren Lieferanten, sodass beide Seiten von einem Erfahrungsaustausch profitieren können. Durch die im Unternehmen und bei allen Mitarbeitenden verankerte Selbstverpflichtung, das Verantwortungsgefühl gegenüber unserer Umwelt und einer engen Zusammenarbeit erfolgt zudem eine kontinuierliche, gegenseitige Kontrolle und Schulung.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 5 bis 7

Leistungsindikator EFFAS S06-01
Anteil aller Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette, die auf die Einhaltung von ESG-Kriterien bewertet wurden. Link

Wird nicht erfasst bzw. nicht relevant, da wir stets auf nachhaltige Lieferanten achten (BIO-Siegel, EU Ecolabel, Blauer Engel, Cradle-to-Cradle, EcoVadis etc.).

Leistungsindikator EFFAS S06-02
Anteil aller Lieferanten und Partner innerhalb der Lieferkette, die auf die Einhaltung von ESG-Kriterien auditiert wurden. Link

Wird nicht erfasst bzw. nicht relevant, da wir stets auf nachhaltige Lieferanten achten (BIO-Siegel, EU Ecolabel, Blauer Engel, Cradle-to-Cradle, EcoVadis etc.).

8. Anreizsysteme

Das Unternehmen legt offen, wie sich die Zielvereinbarungen und Vergütungen für Führungskräfte und Mitarbeiter auch am Erreichen von Nachhaltigkeitszielen und an der langfristigen Wertschöpfung orientieren. Es wird offengelegt, inwiefern die Erreichung dieser Ziele Teil der Evaluation der obersten Führungsebene (Vorstand/Geschäftsführung) durch das Kontrollorgan (Aufsichtsrat/Beirat) ist.

Generell vertreten wir den Ansatz, dass nachhaltiges Handeln nicht immer belohnt werden soll, da ein umweltschonendes Engagement aus dem eigenen Verantwortungsgefühl heraus stammen sollte, auch im Hinblick auf die Sicherung der Lebensqualität für künftige Generationen von Mensch und Tier. Nachhaltigkeit bedeutet für uns Mehrwert, Qualität, Arbeitsplatzsicherung, Sinnhaftigkeit und Zufriedenheit - alles Themen, die besonders bei der Generation Y und Z, also bei den Nachwuchskräften und der Zukunft des SCHWARZWALD PANORAMA, von zentraler Bedeutung sind. Es gibt eine Feedbackbox für die Abgabe von nachhaltigen Ideen, welche sich am Jahresende für eine Prämierung qualifizieren, insofern diese umsetzbar und sinnvoll sind. Die Entscheidung dazu wird von der Geschäftsleitung in Absprache mit der Fachstelle getroffen. Tiefgreifender, also nach haltiger, wirken unseres Erachtens sinnvolle Benefits im Gegensatz zu Anreizsystemen. Wir bieten vielseitige und umfassende Möglichkeiten, wie unsere Mitarbeitende von unserem Konzept und der Anstellung im SCHWARZWALD PANORAMA profitieren - all year round - nicht nur nach dem oft einmaligen Belohnungsprinzip: Bio -Verpflegung, Eco -Schulungen, Give-Away Materialien für zu Hause, Resilienztrainings, GiveBOX, E- Ladestationen und Rabatte in örtlichen Bio- oder Gartenläden als Beispiele einer umfangreichen Liste.

9. Beteiligung von Anspruchsgruppen

Das Unternehmen legt offen, wie gesellschaftliche und wirtschaftlich relevante Anspruchsgruppen identifiziert und in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden. Es legt offen, ob und wie ein kontinuierlicher Dialog mit ihnen gepflegt und seine Ergebnisse in den Nachhaltigkeitsprozess integriert werden.

Prinzipiell werden alle Anspruchsgruppen, welche nach eigenem und üblichem Ermessen definiert sind, in den Prozess der Nachhaltigkeitsentwicklung unseres Unternehmens integriert. Die primären 4 Anspruchsgruppen eines jeden Hotels sind Gäste, Mitarbeitende, Lieferanten und die Region. Unsere **Gästestruktur** weist eine breite Vielfalt auf - von Paaren, Tagungsgästen, Outdoor -Fans, Wellnesssuchenden, Kur - und Kulturgästen, sich speziell vegan/vegetarisch Ernährenden, Fastern und Yogis, über den klassischen Kurzurlauber am Wochenende, bis hin zu Hochzeits - oder Bankettgästen. Darüber hinaus ermöglichen wir Familien aus sozialschwächeren Strukturen über unsere Teilnahme am Global Family Charity Programm Urlaube bei uns, für welche im Normalfall die finanziellen Mittel fehlen würden. Unsere **Mitarbeiterschaft** weist eine hohe Diverstität auf: Wir beschäftigen Kollegen und Kolleginnen aus bis zu 22 verschiendenen Ländern mit eigenen Sprachkenntnissen und kulturellen Hintergründen. Unsere Geschlechterquote im Jahr 2023 hat 62,5 % Frauen und 37,45 % Männer aufgewiesen (der Fluktuation obliegend) und auch alterstechnisch waren die unterschiedlichsten Strukturen vertreten. Innerhalb des Teams wurden Personen zu jeweils Umwelt -, Brandschutz- sowie Sicherheitsbeauftragten ernannt und wir haben derzeit ca. 10 ausgebildete Ersthelfer. Der Dialog mit Gästen und Mitarbeitenden wurde bereits in Punkt 6 beschrieben. Zusätzliche Möglichkeiten für den Gastdialog ergeben sich aus Hausführungen (Green Tour), verschiedenen Workshops, unserer Homepage und Print-Produkten wie Flyern und Broschüren, pre - und poststay Mailings, den sozialen Medien, Tab-lets auf den Zimmern, PR, Bewertungsportalen, Vorträgen, Leitfäden auf den Zimmern zu nachhaltigem Urlaub oder der Anmeldung zum Newsletter. Die **Region** (Landkreis Calw sowie der gesamte nördliche Schwarzwald) profitiert von unserem nachhaltigem Konzept in vielerlei Hinsicht, z.B. als größter Arbeitgeber vor Ort, durch Sponsorings sowie Teilnahme an Messen & Events, erhöhtes Standortmarketing, Gästeempfehlungen für die örtlichen Sehenswürdigkeiten, Aufträge für das lokale Handwerk, Spenden an Organisationen wie foodsharing oder Projekte in der Jugendarbeit („SchwaPa - Biokids"). Auch die enge Zusammenarbeit mit den DMOs (Destinationsmanagementorganisationen wie z.B. Tourismusbüros) zeigt sich erfolgreich: der Ort Bad Herrenalb sowie die Tourismus GmbH Nördlicher Schwarzwald wurden beide in Kooperation mit uns als Partner zum „nachhaltigen Reiseziel" von TourCert ausgezeichnet. Im SCHWARZWALD PANORAMA kommen auf Grund der Philosophie noch Anspruchsgruppen aus

dem nachhaltigen Netzwerk hinzu wie beispielsweise die Partnerschaft mit SinnLicht oder dem NABU. Ergebnis ist ein wertschätzender Umgang mit der täglich anfallenden Ressource Wachs und Kork und ein entsprechendes Upcycling dieser. Auch die Arbeit an und mit diversen Berufs- und Hochschlen in Baden -Württemberg zur Sensibilisierung der Studierenden ist ein für uns wichtiger Aspekt, den wir proaktiv verfolgen im Sinne der Bildungsarbeit als Gastdozenten aber auch in Form von Unterstützung bei Bachelorarbeiten. Auch die Öffentlichkeit möchte informiert werden, so arbeiten wir intensiv mit Presse und Journalisten zusammen, sei es in der Berichterstattung oder bei redaktionellen Beiträgen zu Umweltthemen. Fachverbände und Dachorganisationen, wie die IHK, die HSMA und der DEHOGA sind selbstverständlich auch Teil unseres Netzwerkes und regelmäßige Auftraggeber für Events und/oder Fachvorträge in Sachen Nachhaltigkeit. Regionale Künstler werden durch den Verkauf ihrer Produkte im hauseigenen Lädle unterstützt und auch Branchenkollegen und -kolleginnen zählen natürlich zu den Anspruchsgruppen, mit welchen man im regen Austausch steht. Sogar Tiere, beziehungsweise die Förderung der Biodiversität, wird berücksichtigt im eigens dafür angelegten „Nasch- und Artengarten" mit Beerenstraße, Hochbeeten, Nektarwiesen, Tränken und Nisthilfen. **Lieferanten** werden regelmäßig zu mehr Nachhaltigkeit aufgefordert (Siehe ‚4: Tiefe der Wertschöpfungskette').

10. Innovations- und Produktmanagement

Das Unternehmen legt offen, wie es durch geeignete Prozesse dazu beiträgt, dass Innovationen bei Produkten und Dienstleistungen die Nachhaltigkeit bei der eigenen Ressourcennutzung und bei Nutzern verbessern. Ebenso wird für die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen dargelegt, ob und wie deren aktuelle und zukünftige Wirkung in der Wertschöpfungskette und im Produktlebenszyklus bewertet wird.

Das SCHWARZWALD PANORAMA bietet seine Dienstleistungen in 4 Produktbereichen an: 1. Logis (Übernachtungen) 2. MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) 3. Restaurant 4. Wellness & Selfness Da **Nachhaltigkeit auf allen Ebenen** gelebt werden soll, durchdringt der ökologische Gedanke auch alle Geschäftsbereiche und schafft damit Innovationen unter anderem in den folgenden Punkten:

• Vollzeitstelle „Entwicklung Nachhaltiges Bewusstsein" • Klimaneutralität im Tagungsgeschäft als Inklusiv- Leistung • Jährliche CO_2-Bilanzierung für das gesamte Hotel inkl. Analyse • Klimaneutrale Arrangements für Leisure - Gastsegment als Inklusiv -Leistung • Fakultative Abgabe des Klimaeuros in die „Klimasau" für Urlaubsgäste • Nachhaltige Rahmenprogramme im Tagungsbereich • Bezug 90% aller Speisen & Getränke in BIO-Qualität • Artenschutz & Förderung der Biodiversität durch unseren Naschgarten •

Aktives „Nudging" aller Anspruchsgruppen durch verschiedene Maßnahmen und Kanäle • Schulung von Mitarbeitenden zu nachhaltigen Inhalten • Nachhaltige Beschaffung beziehungsweise sukzessive Umstellung aller Verbrauchs - und Gebrauchsmaterialien • Fundsachenspende an GiveBOX oder Charityläden • Hauseigenes Abfalltrennsystem sowie 5-sprachiger Müllraum mit hoher Sortentrennung (>15) • Zero-Waste- Frühstücksbuffet/ - Energiepausen • Mehrweg -, ReFILL - und Großspender- Systeme • Aktionstage „Vegetarischer/ Veganer Brunch" oder „Earth Day" • Innovative Kooperationen wie NABU-Korkkampagne für ein ReUSE wertvoller Materialien wie Kork • Innovative Ansätze in der Landschaftspflege, wie beispielsweise Ziegenherden als Rasenmäher • Umweltfreundliche Gastgeschenke Unser innovativster Ansatz im Jahr 2023 war zweifelsohne die Renovierung der ersten 24 Hotelzimmer nach dem eigens entwickelten und bereits mehrfach preisgekrönten CIRCULAR LIVING-Modell (mehr dazu siehe ‚1: Strategien & Maßnahmen' und ‚3: Ziele'). Mit **CIRCULAR LIVING** haben wir bereits außergewöhnlich positives Feedback seitens unserer Gäste und Mitarbeiter, Partner und Investoren sowie Branchenkollegen & -kolleginnen erhalten. Damit gilt CIRCULAR LIVING als wertvoller Mehrwert für unsere Mitmenschen, in dem Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit unmittelbar sichtbar, fühlbar und erlebbar gemacht werden. Auf diesem Wege werden Nachah-mungseffekte ausgelöst und Nachahmer animiert. CIRCULAR LIVING lebt die praktische Umsetzbarkeit von höchsten Nachhaltigkeitsstandards in Kombination mit einem unverwechselbarem Designkonzept vor. Es bleibt abzuwarten, wie viele Betriebe unserem Vorbild für ein kreislauffähiges Einrichtungsmodell folgen werden. Die Möglichkeiten und Potenziale sind endlos. Durch die Vorreiterrolle, die mit dem Zimmerkonzept CIRCULAR LIVING eingenommen wird, kann das SCHWARZWALD PANORAMA auch im Wettbewerb punkten und sich als innovativer Impulsgeber für Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz positionieren. Inspiriert durch CIRCULAR LIVING hat sich ebenfalls das renommierte Zertifizierungsinstitut GreenSign dazu entschieden, seine Bewertungskriterien in der Hotelzertifizierung um den Aspekt „Circular" zu erweitern und damit einheitliche Standards für kreislauffähige Zimmereinrichtungen prüfbar und messbar zu machen. Nachfolgend einige konkrete Maßnahmen und Prozesse in Verbindung zu CIRCULAR LIVING:

• 24 CIRCULAR LIVING-Zimmer sind seit Sommer 2023 nach den Kriterien Materialgesundheit, Kreislauffähigkeit, Dekarbonisierung, höchste Sozialstandards und Wasser & Böden fertiggestellt • Fachliche Absicherung der Erfüllung der obenstehenden Kriterien durch hohe internationale Zertifizierungs- und Bewertungsstandards wie Cradle to Cradle Certified™ und EcoVadis sowie das Circular Material LAB der RITTWEGER und TEAM GmbH, Nachhaltigkeitsexperten für materialfokussierte Dekarbonisierung in Scope 3 • Außerordentlich hohe Raum- und Schlafqualität durch schadstofffreie und gesunde Materialien für ein positives und gesünderes Innenraumklima für unsere Gäste • Sowohl unser Umsetzungspartner und Inneneinrichter, die Fritz Schlecht | SHL GmbH, als auch unser neuer Matratzenlieferant, die Swissfeel AG, konnten sich im Prozess, inspiriert durch CIRCULAR LIVING, bereits

EcoVadis zertifizieren lassen und das Level Silber erreichen • Garantierte Rücknahmeprozesse & Weiterverarbeitung der Materialien durch vertragliche Rücknahmevereinbarungen mit allen Herstellern • Erfolgreiche Zertifizierung und Auditierung durch GreenSign Circular, dessen Entstehung überhaupt durch unser eigens entwickeltes Umbauprojekt CIRCULAR LIVING inspiriert wurde Die folgenden Wirkungen des künftigen Produktlebenszyklus der CIRULAR LIVING-Zimmer sind zu erwarten:

• Verringerung der CO_2e-Emissionen schätzungsweise um bis zu 80% (prozessbezogene CO_2-Emissionen in der Herstellung werden erheblich reduziert = geringer Bedarf an Neuproduktion von Baumaterialien und Ausstattungsprodukten durch Materialrücknahme und Wiederaufarbeitungsprozesse) • Damit wird der höchste Wirkungsgrad in Scope 3 von Beherbergungsbetrieben, nämlich das Hotelzimmer, aufgegriffen und revolutioniert • Durch Weiterverarbeitung der Prozesse besteht die Gewährleistung, dass das in den Stoffströmen gespeicherte CO_2 über den aktuellen Lebenszyklus hinaus dort verbleibt • Ausgehend von einem durchschnittlich verbauten Materialgewicht von 550-800kg je Hotelzimmer, konnten mit dem Umbau der ersten 24 Zimmer 13-19 Tonnen Ressource gebunden werden (diese Summe an Material wird beim nächsten Umbau nicht thermisch verwertet oder anderweitig entsorgt, sondern wiederaufbereitet bzw. wiederverwendet) • Die Hebelwirkung im Kontext der gesamten deutschen Hotelbranche ist enorm: Bei 27.000 Hotelzimmer-Neubauten und etwa ebenso vielen Zimmerrenovierungen ergibt sich ein Potenzial von bis zu 44.000 Tonnen Material pro Jahr, die vor thermischer oder anderer CO_2e-intensiven Entsorgung bewahrt werden und so den Energieeinsatz bei der Primärressourcennutzung vermeiden Ein innovativer Ansatz in Sachen sozialer Nachhaltigkeit ist unser **Selfnesszentrum** für Gäste und das zugehörige Programm für Mitarbeitende namens „Selfness2U". Hinter dem Begriff Selfness steht der Anspruch, Körper, Seele und Geist in Einklang zu bringen und ihn zu befähigen, selbstverantwortlich und proaktiv den achtsamen Umgang mit sich selbst zu erlernen, seine Gesundheit zu erhalten und zu verbessern. In diesem Konzept fließen Wellness und die Kultur des selbstzufriedenen Ichs zusammen, was von Zukunftsforschern allgemeinhin als „Selfness" bezeichnet wird. Es basiert auf der Kombination medizinisch - wissenschaftlicher Erfahrungen, einem tiefgehenden Wissen um ganzheitliche Gesundheit und einem bewussten Lebensstil mit den Schwerpunkten Prävention, Atemtechniken, Meditation, Fasten, Bewegung und Ernährung. Für die alternativen Behandlungsmethoden hat das SCHWARZWALD PANORAMA ein separates „Selfness & Fastenzentrum" mit einem unternehmenseigenem Team aus erfahrenen und professionell ausgebildeten Experten eingerichtet. Selfness greift dabei einen Zukunftstrend auf, der in der Hotelbranche in der Art und Konsequenz, wie es im SCHWARZWALD PANORAMA in Verbindung mit biologischer Küche und Angeboten zur Bewusstseinsbildung hin zu einem nachhaltigen Lebensstil, nahezu einzigartig ist.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 10

Leistungsindikator EFFAS E13-01
Verbesserung der Energieeffizienz der eigenen Produkte im Vergleich zum Vorjahr. Link

Bei Neuanschaffungen wird weiterhin auf Energieeffizienz beziehungsweise Klasse A geachtet. Der Fuhrpark wurde inzwischen vollumfänglich auf Elektromobilität umgestellt sowie die vorhandenen E-Ladesäulen für Gäste und Mitarbeitende auf insgesamt 9 Stück erweitert.

Leistungsindikator EFFAS V04-12
Gesamtinvestitionen (CapEx) in Forschung für ESG-relevante Bereiche des Geschäftsmodells, z. B. ökologisches Design, ökoeffiziente Produktionsprozesse, Verringerung des Einflusses auf Biodiversität, Verbesserung der Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen für Mitarbeiter und Partner der Lieferkette, Entwicklung von ESG-Chancen der Produkte, u. a. in Geldeinheiten bewertet, z. B. als Prozent des Umsatzes. Link

Wird nicht erfasst, da wir als nachhaltiges Hotel, welches seit. knapp 12 Jahren anerkannter Branchenvorreiter ist und durch vielfältige Zertifikate und Awards immer wieder neu bestätigt wird, die gesamte Wertschöpfungskette nach ökologischem Design und entsprechenden Kriterien ausrichten. Dadurch haben wir einen anteilmäßigen Mehraufwand bei allem, was wir beziehen, verarbeiten und weiterverkaufen. Die Gesamtinvestition in die oben genannten Bereiche wird nicht einzeln erfasst, da sich Nachhaltigkeit in unserem Betrieb auf alle Entscheidungen, Prozesse und Bereiche bezieht und damit kontinuierlich und als Teil unserer DNA fungiert. Wir investieren nicht in nachhaltige Entwicklung, sondern sind in Summe eine nachhaltige Entwicklung.

KRITERIEN 11–20: Nachhaltigkeitsaspekte

Kriterien 11–13 zu UMWELTBELANGEN

11. Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen

Das Unternehmen legt offen, in welchem Umfang natürliche Ressourcen für die Geschäftstätigkeit in Anspruch genommen werden. Infrage kommen hier Materialien sowie der Input und Output von Wasser, Boden, Abfall, Energie, Fläche, Biodiversität sowie Emissionen für den Lebenszyklus von Produkten und Dienstleistungen.

Die Aufstellung der beanspruchten Ressourcen sowie deren prozentualer Anteil wird jährlich in unserer Klimabilanz erfasst und analysiert. Die größten Emissionsquellen bilden Strom und Wärme, gefolgt von Gastronomie, externe Dienstleister und Mitarbeiteranfahrt. Wasser, Entsorgung sowie Druck- und Papiererzeugnisse erzeugen im Vergleich zu anderen Ressourcen verhältnismäßig wenig Emissionen, jedoch stellt die Wäscherei innerhalb der externen Dienstleister den größten Posten dar. Jahreswerte basierend auf 2023 Stromverbrauch: 789.548 kWh Wärmeverbrauch: ca. 988.000 kwH Wasserverbrauch: ca. 8.940 m³ Fuhrpark: ca. 39.000 km Wäsche: ca. 84.100 kg

12. Ressourcenmanagement

Das Unternehmen legt offen, welche qualitativen und quantitativen Ziele es sich für seine Ressourceneffizienz, insbesondere den Einsatz erneuerbarer Energien, die Steigerung der Rohstoffproduktivität und die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemdienstleistungen gesetzt hat, welche Maßnahmen und Strategien es hierzu verfolgt, wie diese erfüllt wurden bzw. in Zukunft erfüllt werden sollen und wo es Risiken sieht.

In ‚3: Ziele' sowie in ‚10: Innovations- und Produktmanagement' wird bereits ausführlich über die drei Hauptziele und Großprojekte Dekarbonisierung, energetische Erschließung sowie weiterer Umbau nach CIRCULAR LIVING

gesprochen. All diese Vorhaben zielen auf den Einsatz erneuerbaren Energien, Ressourceneffizienz sowie die Verringerung der Inanspruchnahme von Ökosystemen ab. In Zahlen ausgedrückt lauten die konkreten Ziele wie folgt: • Reduktion der Emission klimawirksamer Gase als Organismus SCHWARZWALD PANORAMA um 5% im Vergleich zum Vorjahr (Ziel gilt jedes Jahr) • Versorgung mit bis zu 30% erneuerbarer Energie aus unserer eigenen Solaranlage ab spätestens 2026 • Umbau weiterer 24 Hotelzimmer nach CIRCULAR LIVING in den nächsten Jahren mit einer erwarteten Wirkung von 13-19 Tonnen Ressourcenbindung im Jahr 2025

Das Ziel des Zimmerumbaus nach dem eigens entwickelten Projekt CIRCULAR LIVING haben wir bereits erreicht und die erste Hoteletage, was die Zimmer- und Flureinrichtung anbelangt zu 100% kreislauffähig erneuert. Die nächste Etage folgt dann im Jahr 2025. Zur weiteren, verbesserten Ressourceneffizienz haben wir uns die folgenden Ziele gesetzt, die wir gerne in den kommenden zwei Jahren angehen würden:

• Weitere, sukzessive LED -Umstellung • Kontinuierliche Verbesserung der Digitalisierung • Interne Schulungen zu weniger Papier , Strom und Wärmeverbrauch • Lieferanten Aufforderung zur nachhaltigen Umstellung ihrer Produkte & Services • Gastimpulse zum Verzicht auf die tägliche Zimmerreinigung • Einsatz wieder verwendbarer Arbeitsmaterialien & Mehrwegprodukte • Gebrauchs- und Verbrauchsmaterialien aus ressourcenschonender und fairer Herkunft • Vermeidung sämtlicher Verpackungen oder Einwegprodukte im Gastbereich • Umfassende reUSE Programme & Entwicklung einer Kultur der Wiederverwertung an Stelle einer Konsumkultur durch Upcycling • Ausbau nachhaltiger Kooperationen wie SinnLicht/NABU Korkampagne Trotz (un)vorhersehbarer negativer Einwirkungen (Lockdowns, Umsatzausfälle, Personalmangel, Preissteigerungen, Rohstoffknappheit uvm.) durch Kriege, Inflation und eine weltweit angespannte und ungewisse politische Lage, wollen wir an diesen Zielen festhalten. Uns ist bewusst, dass es dafür ein besonders hohes Maß an zeitlicher Flexibilität benötigt, ebenso wie eine starke Vision, Motivation und Haltung, in diesen Zeiten weiterhin, beziehungsweise in diesen Zeiten ganz besonders ‚das Richtige' zu tun und sich für ein gutes Morgen einzusetzen. Problematiken der Verfügbarkeit sinnvoller Gastrogebinde (beispielsweise bei nachfüllbaren Gästekosmetikspender) oder bei der Vermeidung von Müll durch den Verzicht auf Umverpackungen (beispielsweisebei Toilettenpapier), bleiben innerhalb der Branche nach wie vor bestehen und sollten dringend seitens der Hersteller flächendeckend gelöst werden. Risiken, die sich aus unserer Geschäftstätigkeit in Bezug auf die Ressourcennutzung und die Umwelt ergeben, sind in den operativen Geschäftsbereichen zu finden und betreffen primär Energie, Wärme, Wasserverbrauch, Mobilität, Gastronomie, externe Dienstleister und Abfall.

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 11 bis 12

Leistungsindikator EFFAS E04-01
Gesamtgewicht des Abfalls. Link

Bio: 9.792 l Glas: 24.624 l Papier: 132.000 m3 Restmüll: 40.040 l Plastik: 77 m3 Speisereste: 29.545 kg

Leistungsindikator EFFAS E05-01
Anteil des gesamten Abfalls, der recycelt wird. Link

Ca. 80 %

Leistungsindikator EFFAS E01-01
Gesamter Energieverbrauch. Link

Jahresverbrauch 2023 838.677 kWh Strom 988.000 kwH Wärme

13. Klimarelevante Emissionen

Das Unternehmen legt die Treibhausgas(THG)-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol oder darauf basierenden Standards offen und gibt seine selbst gesetzten Ziele zur Reduktion der Emissionen an.

Jährlich berechnet das SCHWARZWALD PANORAMA seinen CO_2-Fußabdruck über den Partner ClimatePartner. Die hierfür genauen Berechnungsmethoden und Bezugsgrößen beschreibt ClimatePartner im Bilanzierungsbericht wie folgt: ‚*Die CO_2-Emissionen wurden auf Basis der von ClimatePartner ermittelten Verbrauchsdaten und Emissionsfaktoren berechnet. Wo möglich, wurden dafür Primärdaten verwendet. Wenn keine Primärdaten verfügbar waren, wurden Sekundärdaten aus anerkannten Quellen verwendet. DIe Emissionsfaktoren wurden aus wissenschaftlich anerkannten Datenbanken wie ecoinvent oder DEFRA entnommen.*‘

Die wichtigsten Emissionsquellen stellen Strom, Wärme, externe Anfahrten von Dienstleistern und Mitarbeitenden dar, gefolgt von Gastronomie. Die Reduktion der beiden Ersteren werden als oberstes Ziel verfolgt, z.B. durch den Zimmerumbau nach CIRCULAR LIVING und der künftigen Umstellung auf autarke saubere Energieversorgung; die beiden Letzteren sind für uns leider wenig beeinflussbar. Da wir innerhalb der nächsten zwei bis drei Jahre sowohl den weiteren Zimmerumbau nach CIRCULAR LIVING, als auch eine

energetische Erschließung und damit verbunden die (teilweise) Stromversorgung über eine Photovoltaikanlage angehen möchten, setzen wir uns ab dem Jahr 2026, welches ein für uns realistischer Zeitpunkt ist, ein Reduktionsziel von 30% des aktuellen Stromverbrauchs, welcher innerhalb unseres Carbon Footprints circa ein Drittel der Emissionen ausmacht. Somit ist ebenfalls ab dem Jahr 2026 ein Reduktionsziel von circa 10% der CO_2-Emissionen angestrebt. Eine große Herausforderung stellt die Dauerbereitstellung unserer energieintensiven Angebote, wie beispielsweise des Schwimmbads dar, welches stets gleichmäßig beheizt werden muss, unabhängig davon, ob ein oder zehn Gäste dieses Angebot nutzen. Ähnlich verhält es sich mit anderen Faktoren wie der Beleuchtung oder Kühlung. Aus diesen Gründen ist uns eine alternative Kompensation als aktiver Klimaschutz zum teilweisen Ausgleich der Treibhausgase sehr wichtig. Wir sind zudem stolz darauf, Scope 1 -3 zu erfassen, da eine Reduzierung auf lediglich Scope 1 -2 keinen Sinn macht angesichts der Tatsache, dass Scope 3 ca. 50% der Emissionen ausmacht. Von den wenigen Hotelkollegen und -kolleginnen, die eine Bilanz aufstellen, berücksichtigen die meisten leider nur Scope 1-2. Nachfolgend die Aufstellung unserer CO_2-Emissionen im Jahresvergleich:

2018: 47,19 kg CO_2 je Übernachtung 2019: 22,55 kg CO_2 je Übernachtung

2020: 19,19 kg CO_2 je Übernachtung 2021: 23,75 kg CO_2 je Übernachtung

2022: 32,52 kg CO_2 je Übernachtung 2023: 29,53 kg CO_2 je Übernachtung

Die unvermeidbaren Restemissionen pendeln sich wischen 800.000 kg und 960.000 kg CO_2 pro Jahr ein. Eine große Verbesserung hierfür wird nur durch die ‚Big Player' Strom und Wärme erreichbar. Insgesamt wurden von der Stephan Bode Hotelbetriebs und Verwaltungs GmbH über 4,9 Mio kg CO_2 kompensiert und in anerkannte Klimaschutzprojekte investiert. Auf Stromfresser wie Klimaanlagen auf den Zimmern verzichten wir übrigens bewusst, da dadurch lediglich die Temperatur in den Zimmern fällt, diese auf dem Rest der Erde jedoch steigt und so maßgeblich zur Erderwärmung beiträgt.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 13

Leistungsindikator EFFAS E02-01
Gesamte THG-Emissionen (Scope 1, 2, 3). Link

Jahresverbrauch 2023: 962.530 kg CO_2-Äquivalente

Davon Scope 1: 30.600 kg CO_2-Äquivalente

Davon Scope 2: 477.770 kg CO_2-Äquivalente

Davon Scope 3: 454.160 kg CO_2-Äquivalente

Kriterien 14–20 zu GESELLSCHAFT

Kriterien 14–16 zu ARBEITNEHMERBELANGEN

14. Arbeitnehmerrechte

Das Unternehmen berichtet, wie es national und international anerkannte Standards zu Arbeitnehmerrechten einhält sowie die Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Unternehmen und am Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens fördert, welche Ziele es sich hierbei setzt, welche Ergebnisse bisher erzielt wurden und wo es Risiken sieht.

Unsere Unternehmensphilosophie setzt auf eine hohe partizipative Qualität der Mitarbeitenden, weit oberhalb der gesetzlichen Regelungen. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, den Unternehmensalltag aktiv mitzugestalten und ihre persönlichen Ideen und Bedürfnisse mit einzubringen. Regeln für den gegenseitigen Umgang im Unternehmensalltag werden durch die Gruppe definiert und modifiziert. Das Unternehmen setzt auf eine hohe Selbstverantwortung jedes einzelnen Mitarbeitenden und führt durch Freiwilligkeit und Motivation. Besonders engagierte Mitarbeitende werden am Jahresende mit einem individuellen Bonus geehrt. Ebenfalls werden Urlaubs- und Weihnachtsgeld ab einer Betriebszugehörigkeitsdauer von 10 Monaten am Jahresende ausgezahlt. Darüber hinaus sichern wir neue Talente durch die Zahlung einer „Kopfgeld"-Prämie bei erfolgreicher Übermittlung neuer Fach- oder Führungskräfte aus den Reihen des Teams. Des Weiteren bieten wir die unterschiedlichsten Arbeitszeitmodelle mit individuellen Stundenvereinbarungen an, um uns klar als familienfreundliches Unternehmen zu positionieren und eine Vereinbarung von Beruf und Familie für unsere Mitarbeitenden zu unterstützen. Eine übertarifliche Bezahlung sowie Nacht- - und Teildienstzuschläge sind Standard im SCHWARZWALD PANORAMA. Branchenübliche Überstunden sowie Wochenendarbeit wird in Form von Freizeitausgleich oder monetär ausgeglichen. Individuelle und fachspezifische Fort- und Weiterbildungen sowie Entwicklungswünsche werden vom Unternehmen gefördert und zu jeder Zeit unterstützt. Es gibt eine fest installierte Feedbackbox sowie eine jährliche Mitarbeiterbefragung und persönliche Jahresgespräche, um den Dialog zwischen Geschäftsführung und Team aufrecht zu erhalten. Darüber hinaus pflegen alle administrativen Büros eine ‚Open-Door-Policy', sodass etwaige Fragen, Anmerkungen oder Herausforderungen direkt im persönlichen Gespräch geklärt werden können. Da wir nur regional agieren, haben für uns die internationalen Arbeitnehmerrechte keine Relevanz.

In den oben genannten Maßnahmen finden insbesondere die Aspekte sozialer Nachhaltigkeit eine entscheidende Berücksichtigung, denn sie alle wirken auf die Sicherung und Gesundheit unserer Arbeitnehmer ein und stärken ihre Zufriedenheit als Beschäftigte des SCHWARZWALD PANORAMA. Die Hotellerie ist ein Menschen-Business und so wissen wir um die Wichtigkeit des Wohlergehens derer, die das SCHWARZWALD PANORAMA ausmachen, Bescheid. Wir übernehmen die Verantwortung dafür, dass sie alle Kollegen und Kolleginnen bei uns willkommen, gesehen, wertgeschätzt und inkludiert fühlen. Durch diesen Ansatz der sozialen Nachhaltigkeit sichern wir wertvolle Talente und stärken damit zusätzlich die wirtschaftliche Nachhaltigkeit unseres Hauses.

Risiken der oben genannten Arbeitnehmerrechte, die in Verbindung zu unserer Geschäftsfätigkeit stehen, belaufen sich in erster Linie auf die Arbeitszeiten und -einsätze in der Hotellerie und Gastronomie, in welcher das Arbeiten an Feiertagen, an Wochenenden sowie gelegentliche Überstunden kaum vermieden werden können. Dies kann langfristig zu Unmut innerhalb der Belegschaft führen. Einen angemessenen Freizeitausgleich, die Mitgestaltung des Dienstplans sowie bezahlte Überstunden sind unser Ansatz, diese Risiken möglichst vollumfänglich abzufangen. Zur Beibehaltung und Stärkung der Arbeitnehmerrechte haben wir uns die folgenden Ziele gesetzt, die wir spätestens im Jahr 2025 vollumfänglich umgesetzt haben möchten: • Vollumfängliche Einbindung einer Resilienztrainerin für die Persönlichkeitsentwicklung der Mitarbeitenden • Jährliche Durchführung einer Mitarbeiterumfrage inklusive Ableitung von Maßnahmen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz • Weitere Stabilisierung von Auszubildenden (Ziel: durchschnittlich mindestens 10 Auszubildende)

15. Chancengerechtigkeit

Das Unternehmen legt offen, wie es national und international Prozesse implementiert und welche Ziele es hat, um Chancengerechtigkeit und Vielfalt (Diversity), Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Mitbestimmung, Integration von Migranten und Menschen mit Behinderung, angemessene Bezahlung sowie Vereinbarung von Familie und Beruf zu fördern, und wie es diese umsetzt.

Das SCHWARZWALD PANORAMA hat durchschnittlich 70 Mitarbeitende, von welchen der Großteil einen Migrationshintergrund aufweisen. Wir beschäftigen Kollegen und Kolleginnen aus bis zu 22 verschiedenen Ländern mit eigenen Sprachkenntnissen und kulturellen Hintergründen. Unsere Geschlechterquote im Jahr 2023 hat 62,5 % Frauen und 37,45 % Männer aufgewiesen (der Fluktuation obliegend) und auch alterstechnisch waren die unterschiedlichsten Strukturen vertreten. Alle Mitarbeitenden haben

unabhängig von Hierarchie, Geschlecht Herkunft, Religion, Alter oder sexueller Orientierung gleiches Recht auf gegenseitiges Coaching und gegenseitigen Respekt. Auch wenn wir noch über keine eigene Diversity-Richtlinie verfügen, so sind wir stets tolerant, offen und diskriminierungsfrei gegenüber Anhängern der queeren LGBTQIA+ Community. Jeder neue Mitarbeitende erhält innerhalb des Onboardingprozesses eine intensive Hausführng mit Schulungscharakter sowie das Angebot einer Schnuppernacht. Handbücher mit Standards sowie Informationen über das Hotel sowie dessen Angebote, Dienstleistungen und Verhaltensregeln wurden in allen operativen Abteilungen angefertigt und ausgegeben, was eine gleichwertige Ausgangsbasis für jeden Mitarbeitenden ermöglicht. Durch die Bereitstellung der Uniform sowie deren Reinigung wird auch hier großen Wert auf Chancengleichheit über ein einheitliches ordentliches Erscheinungsbild gelegt. Zusätzlich erhalten alle Mitarbeitenden jährlich ein persönliches Geburtstagsgeschenk, sowie das Angebot einer einwöchigen Fastenkur, Massagemöglichkeiten und ein individuelles „Selfness2U" Angebot innerhalb der Arbeitszeit zur Persönlichkeitsentwicklung. Eine Stelle als Resilienztrainerin wurde Mitte 2022 erstmals besetzt und unterstützt auch das betriebliche Gesundheitsmanagement. Innerhalb des Teams wurden Personen zu jeweils Umwelt -, Brandschutz- sowie Sicherheitsbeauftragten ernannt und wir haben derzeit ca. 10 ausgebildete Ersthelfer. Zur Beibehaltung und Stärkung der Chancengleichheit haben wir uns die folgenden Ziele gesetzt, die wir spätestens im Jahr 2024 vollumfänglich umgesetzt haben möchten: • Bereitstellung wichtiger Dokumente und Informationen in mehreren Sprachen (deutsch & englisch) • Aufsetzen einer hoteleigenen Diversity Richtlinie • 1x jährliche eine Schulung zum Leiten diverser Teams für Führungskräfte Durch enge Zusammenarbeit mit den umliegenden integrativen Werkstätten haben wir in der Vergangenheit oftmals gehandicapte Menschen bei uns im Team willkommen für Praktika oder auch Anstellungen geheißen. Spätestens ab dem 2025 wollen wir diese Maßnahmen wieder proaktiv einführen.

Schon lange ist es unser Plan, ein System zu entwickeln, durch welches jeder Mitarbeitende in Teil- oder Vollzeitanstellung mit unbefristetem Arbeitsvertrag am Betriebsergebnis partizipiert insofern dieses positiv ist. Auch wenn bislang noch kein derartiges System etabliert wurde, finden wir diesen Ansatz noch immer sehr erstrebenswert und setzen uns als Ziel, im Jahr 2025 ein Pilotmodell zu testen.

16. Qualifizierung

Das Unternehmen legt offen, welche Ziele es gesetzt und welche Maßnahmen es ergriffen hat, um die Beschäftigungsfähigkeit, d. h. die Fähigkeit zur Teilhabe an der Arbeits- und Berufswelt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, zu fördern und im Hinblick auf die demografische Entwicklung anzupassen, und wo es Risiken sieht.

Ein herzliches, sich gegenseitig förderndes und ausgeglichenes Team mit hoher Fachkompetenz, Anpassungsfähigkeit, qualitativem Anspruch und natürlicher Gastfreundlichkeit ist unser Ziel. Dabei legen wir einen hohen Wert auf die individuelle Forderung, Förderung und Potenzialentwicklung jedes und jeder Einzelnen. Grundsätzlich, und nicht zuletzt aufgrund des andauernden Fachkräftemangels, heißen wir neben Fachkräften auch zahlreiche Quereinsteiger und -Einsteigerinnen in unserem Team herzlich willkommen, insofern ein hohes Maß an Interesse und Motivationen zum Erlernen der benötigen Fähigkeiten ersichtlich ist. Hier unterstützen wir gezielt, wo sinnvoll, mit dem Angebot eines Mentorenprogramms zur Unterstützung und gelungenen Eingliederung in den Hotelalltag. Dieses Angebot wird insbesondere unseren ausländischen Mitarbeitenden gemacht, um den Umgang mit den neuen sprachlichen und kulturellen Gegebenheiten zu vereinfachen.
Arbeits- und fachspezifische **Weiterbildungen** unserer Mitarbeitenden erfolgen je nach Abteilung und, wo möglich, nach individuellem Wissensstand und Lernbedarf. Wie bereits unter ‚6: Regeln und Prozesse' aufgeführt, wäre ein Gießkannen-Prinzip hier wenig förderlich. Innerhalb der Fachabteilungen erfolgen jährlich zahlreiche Schulungen; abteilungsübergreifend werden diese zu Themen wie BIO, Müllvermei-dung- und Trennung, Energiesparmaßnahmen und Papierreduzierung durchgeführt, um schneller und effektiver auf den Wandel hin zu einem umweltbewussteren Team und einer nachhaltigeren Gesellschaft hinzuarbeiten. Im **Gesundheitsmanagement** nimmt das SCHWARZWALD PANORAMA als Arbeitgebermarke eine führende Rolle innerhalb der Branche ein, indem wir unserem Team ein sehr innovatives und zukunftsorientiertes „Selfness2U"- Programm anbieten auf freiwilliger Basis, jedoch innerhalb der Arbeitszeit. Unsere Resilienztrainerin stellt allen Mitarbeitenden 1x im Monat eine Stunde zur Verfügung, in welcher Inhalte wie z.B. Gespräche, Yoga, Meditation, Atemübungen oder gar eine Hypnose stattfinden können.
Eine Zahnzusatzversicherung und das Angebot einer Fastenkur runden das betriebliche Gesundheitsmanagement neben der Gratisnutzung der Fitness und Wellnesseinheiten inklusive Massagen ab und erhöhen so die Beschäftigungsfähigkeit.

Wir sind stolz darauf, unser Ziel, unsere zahlreichen Angebote zur Mitarbeiterförderung auch für das Jahr 2023 trotz den Folgen der Pandemie zu

halten, erreicht zu haben. Dazu zählen, wie oben aufgeführt, das erhöhte Aufnehmen und Anlernen von Quereinsteigern (zuletzt verstärkt seit Ausbruch des Angriffskriegs Russlands auf die Ukraine im Frühjahr 2022), das Finanzieren von fachspezifischen Weiterbildungen, sowie das Angebot eines umfangreichen Gesundheitsmanagements inklusive Resilienzprogramm innerhalb der Arbeitszeit. Der akute Fachkräftemangel hat unsere Branche längst erreicht und die Fluktuation wurde durch die Coronakrise nochmals verstärkt. Quereinsteiger und erhöhtes Anspruchsdenken auf einem Arbeitnehmermarkt verstärken die Notwendigkeit von qualitativ hochwertigen Trainings und guten Mitarbeiterbindungsprogrammen. Damit verbundene Risiken, mit denen wir uns - wie so viele andere Hotelbetriebe - gedanklich intensiv beschäftigen, ist das künftige mögliche Fehlen qualifizierter Talente, da die Anzahl von Auszubildenden für die Hotellerie spürbar immer geringer wird und qualifizierte Arbeitnehmer häufig das Leben und Arbeit in der Stadt gegenüber dem Leben und Arbeiten auf dem Land bevorzugen. Zur Beibehaltung und Stärkung der Qualifizierung haben wir uns die folgenden Ziele gesetzt, die fortlaufend bzw. ab dem Jahr 2024 weiterführend umgesetzt werden sollen: • Aufrechterhalten der genannten Angebote zur Beschäftigungsfähigkeit • Ausgereifter Schulungs- und Weiterbildungsplan für alle Abteilungen

Leistungsindikatoren zu den Kriterien 14 bis 16

Leistungsindikator EFFAS S03-01
Altersstruktur und -verteilung (Anzahl VZÄ nach Altersgruppen).
Link

Altersgruppe Ü60 Jahre: circa 5% Altersgruppe 40-60 Jahre: circa 50%
Altersgruppe 20-40 Jahre: circa 40% Altersgruppe U20 Jahre: circa 5%

Leistungsindikator EFFAS S10-01
Anteil weiblicher Mitarbeitenden an der Gesamtzahl der Mitarbeitenden. Link

62,5 % Frauen und 37,45 % Männer (der Fluktuation obliegend)

Leistungsindikator EFFAS S10-02
Anteil weiblicher VZÄ in Führungspositionen im Verhältnis zu gesamten VZÄ in Führungspositionen. Link

Nicht erfasst auf Grund hoher Fluktuation, jedoch ist der Anteil weiblicher Führungspositionen meist höher auf Grund der Affinität zu Dienstleistung.

Leistungsindikator EFFAS S02-02
Durchschnittliche Ausgaben für Weiterbildung pro VZÄ pro Jahr.
Link

Durchschnittlich 350€.

Kriterium 17 zu MENSCHENRECHTEN

17. Menschenrechte

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Strategien und Zielsetzungen für das Unternehmen und seine Lieferkette ergriffen werden, um zu erreichen, dass Menschenrechte weltweit geachtet und Zwangs- und Kinderarbeit sowie jegliche Form der Ausbeutung verhindert werden. Hierbei ist auch auf Ergebnisse der Maßnahmen und etwaige Risiken einzugehen.

Wir sind ein deutsches Unternehmen und beachten die gegebenen Gesetzmäßigkeiten innerhalb unserer Demokratie. Dadurch sind wir keinen Risiken der Zwangs- und Kinderarbeit oder sonstiger Art der Ausbeutung in unserem Betrieb oder entlang unseren Wertschöpfungsketten ausgesetzt. Durch den Bezug regionaler sowie BIO- oder fairtrade-zertifizierter Produkte wird die Einhaltung der Menschenrechte entlang unserer Wertschöpfungskette sichergestellt. Zudem fördern wir durch unsere Partnerschaft mit Climate Partner soziale Projekte im Ausland, die sich auch für die Einhaltung der Menschenrechte einsetzen. Die Teilnahme der Global Family Initiative, welche Urlaub als Menschenrecht einstuft, ergänzt unseren Beitrag auf diesem wichtigen Handlungsfeld.

Außer der Fortführung der Zusammenarbeit mit ClimatePartner und Global Family, sowie dem weiteren Bezug BIO- und fairtrade-zertifizierter Produkte ergeben sich für uns in puncto Menschenrechte keine neuen Zielsetzungen. Dies liegt daran, dass wir, wie bereits erwähnt, nach den deutschen, bereits sehr fortschrittlichen Gesetzgebungen arbeiten und uns daher keine Risiken von Menschenrechtsverletzungen innerhalb unserer Geschäftstätigkeit bekannt sind.

Die Zielsetzung aus dem vergangenen DNK-Bericht, die oben genannten Maßnahmen fortzuführen, haben wir vollumfänglich erreicht und freuen uns darüber.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 17

Leistungsindikator EFFAS S07-02 II
Prozentsätze alle Einrichtungen, die nach SA 8000 zertifiziert sind. Link

Dies ist uns nicht bekannt, bzw. für uns nicht relevant, da wir ein deutsches Unternehmen und ausschließlich regional tätig sind, wodurch alle hierzulange gültigen rechtlichen Auflagen ohnehin erfüllt werden.

Kriterium 18 zu SOZIALES/GEMEINWESEN

18. Gemeinwesen

Das Unternehmen legt offen, wie es zum Gemeinwesen in den Regionen beiträgt, in denen es wesentliche Geschäftstätigkeiten ausübt.

Ein Hauptanliegen unseres Nachhaltigkeitskonzeptes besteht darin, Nachhaltigkeitsdenken in der Region und in der Tourismusbranche allgemein anzuregen und damit den Wettbewerb zu mehr Nachhaltigkeit anzukurbeln.

Die Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen der Region wurde in Kriterium 9 ausführlich erläutert. Zusammenfassend sind die größten positiven Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Region, dass wir 1) der größte Arbeitgeber der Region sind, 2) dass lokale Geschäfte durch unsere Gäste erhöhte Umsatzeinkünfte verzeichnen, und 3) dass wie Aufträge nahezu ausschließlich an lokales Handwerk vergeben. Durch den Bezug von regionalen und saisonalen Erzeugnissen stärken wir die ansässige (Land-) Wirtschaft und damit auch die umliegenden Ökosysteme mit ihrer Schönheit und Artenvielfalt. Ähnlich verhält es sich mit den Beiträgen zu anerkannten Klimaschutzprojekten, welche durch die Verbesserung der Versorgung mit sauberem Trinkwasser, den Ausbau der lokalen Infrastruktur, die Schaffung von Arbeitsplätzen oder den Schutz der Biodiversität auch enorme positive Wirkungen auf das globale Gemeinwohl zeigen.

Das regionale Projekt „SchwaPa-Biokids" in Kooperation mit der Falkensteingrundschule musste aufgrund der Pandemie leider vorrübergehend eingestellt werden, stellte aber einen außerordentlich großartigen Beitrag zum Gemeinwohl dar. Ziel ist es, dieses Projekt spätestens ab dem Jahr 2025 zu reaktiveren.

Kriterien 19–20 zu COMPLIANCE

19. Politische Einflussnahme

Alle wesentlichen Eingaben bei Gesetzgebungsverfahren, alle Einträge in Lobbylisten, alle wesentlichen Zahlungen von Mitgliedsbeiträgen, alle Zuwendungen an Regierungen sowie alle Spenden an Parteien und Politiker sollen nach Ländern differenziert offengelegt werden.

Wir sind Mitglied beim DEHOGA (deutscher Hotel- und Gaststättenverband) und bei der HSMA (Hospitality Sales & Marketing Association).
Es wurden keinerlei Parteispenden getätigt.
Es besteht kein politisches Interesse.
Relevante Gesetzgebungsverfahren, die an dieser Stelle nennenswert sind, inkludieren den Manteltarifvertrag für das Hotel- und Gaststättengewerbe in Baden-Württemberg, sowie das Arbeitszeit- und das Kurortgesetz und sämtliche Hygienevorschriften für die Arbeit mit Lebensmitteln in der Gastronomie.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 19

Leistungsindikator EFFAS G01-01
Zahlungen an politische Parteien in Prozent vom Gesamtumsatz.
Link

0%.

20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten

Das Unternehmen legt offen, welche Maßnahmen, Standards, Systeme und Prozesse zur Vermeidung von rechtswidrigem Verhalten und insbesondere von Korruption existieren, wie sie geprüft werden, welche Ergebnisse hierzu vorliegen und wo Risiken liegen. Es stellt dar, wie Korruption und andere Gesetzesverstöße im Unternehmen verhindert, aufgedeckt und sanktioniert werden.

Das Unternehmen hält sich konsequent an alle gesetzlich vorgeschriebenen Regelungen und Standards, wofür die Geschäftsführung in Zusammenarbeit mit der Leitung Mitarbeiter & Verwaltung zuständig ist. Es gelten die Richtlinien der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) für alle Mitarbeitende als verbindlich. Thematisiert wird dieser Punkt bei der Einstellung sowie über einen Zusatz zum Arbeitsvertrag.
Rechtswidriges Verhalten ist in unserem Unternehmen nicht gestattet und wird, falls doch vorhanden, unverzüglich der Geschäftsführung gemeldet und mit Entzug der Arbeitserlaubnis geahndet. Führungskräfte sind mit der Verantwortung ausgestattet, für ein rechtmäßiges und ordentliches Verhalten in ihren Arbeitsbereichen Sorge zu tragen. Beispielhaft hierfür zu nennen ist das Thema Datenschutz, welches regelmäßig geschult und in den entsprechend relevanten Abteilungen thematisiert wird
Darüber hinaus sind keine weiteren internen Richtlinien und unternehmenseigene Sanktionsmaßnahmen bei möglichen Verstößen vorhanden. Unseres Erachtens liegen auf Grund unserer konzeptionellen nachhaltigen Ausrichtung keine korruptionsbedingten Risiken vor, sodass für diesen Bereich keine gesonderten Maßnahmen oder Zielsetzungen vorliegen.

Leistungsindikatoren zu Kriterium 20

Leistungsindikator EFFAS V01-01
Ausgaben und Strafen nach Klagen und Prozessen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- und Monopolverstößen.
Link

Keine Vorkommnisse, demnach 0,0 €.

Leistungsindikator EFFAS V02-01
Prozent vom Umsatz in Regionen mit einem Transparency International Corruption Index unter 60. Link

Nicht relevant, da wir nur regional innerhalb Deutschlands agieren.