Hotel.Campus.Selfness
SCHWARZWALD
PANORAMA
BAD HERRENALB

Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW



Klimawin BW

Bericht

2024

SCHWARZWALD PANORAMA

1. Inhaltsverzeichnis

1. Inhaltsverzeichnis 2

2. Über uns 3

2.1 Unternehmensdarstellung 3

2.2 Wesentlichkeitsgrundsatz 4

3. Die Klimawin BW 5

3.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region 5

3.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW 5

3.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg 6

4. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement 7

4.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen 7

4.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort 8

5. Unsere Schwerpunktthemen 9

5.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte 9

5.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind 9

5.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz 10

5.4 Leitsatz 3 – Ressourcen & Kreislaufwirtschaft 13

5.5 Leitsatz 12 - Anreize zur Transformation 19

6. Weitere Aktivitäten 22

7. Unser Klimawin BW-Projekt 32

7.1 Das Projekt 32

7.2 Art und Umfang der Unterstützung 32

7.3 Ergebnisse und Entwicklungen 32

7.4 Ausblick 33

8. Ausschnitt unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten in Bildern 34

Impressum 36

2. Über uns

2.1 Unternehmensdarstellung

Im 4-Sterne Superior Hotel SCHWARZWALD PANORAMA verfolgt Hüter & Geschäftsführer Stephan Bode seit 11 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.

Unsere insgesamt 70 Mitarbeitenden stammen von circa 20 verschiedenen Nationalitäten und Kulturen und machen unser SCHWARZWALD PANORAMA damit zu einer wahren Diversitäts-Oase. Dieses Team kümmert sich an 365 Tagen im Jahr um das Wohlergehen unserer Gäste, welche in drei Hauptsegmente gegliedert werden können:

- Leisure-Gäste: Urlaubsgäste, Ruhesuchende, Naturliebhabende, Wandergäste, Radfahrgäste, Aktivurlauber, Wellnesslieber, Familien, Paare, Freundesgruppen (HOTEL)
- Mice-Gäste: Tagungsgäste jeder Art, die sich in unserem CAMPUS von lichtdurchfluteten Tagungsräumen, ressourcenschonender Technik, gesundheitsfördernden Rahmenprogrammen und BIO-Brain-Food & Energiepausen inspirieren lassen
- Fasten-Gäste: Gäste, die einen Schritt weiter als Wellness gehen, nämlich in Richtung SELFNESS. Teilnahme an entweder der Buchinger- oder Basenfastenkur, begleitende Yogasessions, Waldspaziergänge, Aktivpausen, therapeutische Gespräche, auf Wunsch Colon-Hydro-Behandlungen u.v.m.

Neben unseren Übernachtungen, Tagungen und Fastenkuren verkaufen wir ganzjährlich BIO-Speisen und -Getränke in unserem gesamten Haus, darunter in unserem gemütlichen Restaurant La Vie mit anknüpfender SchwaPa-Bar und dem Blauen Salon.



2.2 Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

Die wesentlichen Nachhaltigkeitsaspekte wurden von der Geschäftsleitung in enger Absprache mit der Position Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein identifiziert.

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. Tourismusbetriebe sind auf eine intakte Umwelt angewiesen und wir möchten als Gastgeber aber auch als Gast auf Erden möglichst achtsam mit ihr umgehen.

3. Die Klimawin BW

3.1 Bekenntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der Klimawin BW bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

3.2 Die 12 Leitsätze der Klimawin BW

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

3.2.1 Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz
„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz."

Leitsatz 02 – Klimaanpassung
„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung."

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft
„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft."

Leitsatz 04 – Biodiversität
„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein."

Leitsatz 05 – Produktverantwortung
„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."

3.2.2 Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette
„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette."

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden
„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden."

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen
„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."

3.2.3 Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze
„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert
„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."

Leitsatz 11 – Transparenz
„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen."

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation
„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

3.3 Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur Klimawin BW und zu weiteren Mitgliedern finden Sie unter:
www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin

4. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die Klimawin BW wurde unterzeichnet am: 05.04.2018

4.1 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

Leitsatz	Adressierter Leitsatz	Schwerpunktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 01 – Klimaschutz	ja	ja	ja
Leitsatz 02 – Klimaanpassung	ja	nein	ja
Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	ja	ja	ja
Leitsatz 04 – Biodiversität	ja	nein	ja
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	ja	nein	ja
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	ja	nein	ja
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	ja	nein	ja
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	ja	nein	ja
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	ja	nein	ja
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	ja	nein	ja
Leitsatz 11 – Transparenz	ja	nein	nein
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	ja	ja	ja

4.2 Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes Klimawin BW-Projekt: Teilnahme Schwarzwald CleanUP Days		
Schwerpunktbereich:		
ökologische Nachhaltigkeit: ja	soziale Nachhaltigkeit: nein	
Art der Förderung		
finanziell: nein	materiell: ja	personell: nein

5. Unsere Schwerpunktthemen

5.1 Überblick über die gewählten Schwerpunkte

Leitsatz 01 – Klimaschutz
„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz."

Leitsatz 3 - Ressourcen & Kreislaufwirtschaft
„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft."

Leitsatz 12 - Anreize zur Transformation:
„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."

5.2 Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Leitsatz 1: Klimaschutz

Wir wissen – als Hoteliers, aber auch als Menschen, dass wir nur eine Erde haben. Deshalb bemühen wir uns aktiv, das uns umgebende Klima zu bewahren und etwaige negative Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf das Klima zu minimieren. Wir sehen in diesem Schwerpunktthema die größten Hebel und gleichzeitig die größten Herausforderungen. Wir haben uns auf den Weg gemacht, unser volles Potenzial als Organismus SCHWARZWALD PANORAMA in Sachen Klimaschutz auszuschöpfen und sind hochmotiviert, eine positive Veränderung im Rahmen unserer Möglichkeiten zu bewirken.

Leitsatz 3: Ressourcen & Kreislaufwirtschaft

Die Versorgung mit notwendigen Ressourcen, insbesondere natürlicher Art, ist Grundlage unseres Lebens- und Geschäftsstandards und gleichzeitig durch menschliche Übernutzung in Gefahr. Wir wissen, wie kostspielig, emissionsintensiv und umweltschädlich die Gewinnung und Weiterverarbeitung von Ressourcen sein kann und setzen deshalb schon immer, aber verstärkt seit dem Jahr 2023, unseren Investitionsfokus auf ein kreislauffähiges Wirtschaften, in dem wertvolle Materialien am Ende ihres Lebenszyklus nicht einfach als Abfall abgewertet, sondern zu neuen Produkten verarbeitet werden. Dabei folgen wir konsequent der Vision von Prof. Dr. Braungart: „Eine Welt ohne Müll".

Leitsatz 12; Anreize zur Transformation

Die Themenstellung ‚Anreize zur Transformation' ist bei unserem Konzept bereits auf natürliche Weise gegeben und wir verstehen uns auch in der Verantwortung als Impulsgeber bei circa

40.000 Übernachtungen im Jahr. Als touristisches Unternehmen sind wir auf eine intakte Umwelt angewiesen, da angenehme Umgebung und intakte Natur Schlüsselfaktoren für einen hohen Erholungsgrad unserer Gäste und damit für unser ökonomisches Überleben ist. Unsere innere Haltung zu green growth verlangt einen pflichtbewussten und vorbildlichen Umgang im Hinblick auf die SDGs und ein gelebtes Konzept, welches auch bewusst mit Branchenkollegen geteilt wird, um möglichst viele Nachahmer unserer Bestrebungen zu gewinnen. Unsere Mission ist nicht zu missionieren, sondern zu inspirieren und das Erlebnis von WOW-Effekten gleichermaßen Gäste, Mitarbeitenden, Lieferanten, Region und die Branche abzuholen und mitzunehmen.

5.3 Leitsatz 01 – Klimaschutz

5.3.1 Zielsetzung

Unser Ziel in Sachen Klimaschutz ist den größtmöglichen Anteil selbsterzeugter Energie zu nutzen, um uns als Betrieb damit weitestgehend von fossilen Energieträgern lösen können. Nach aktuellem Stand wird uns dies mit unseren Vorhaben für die nächsten fünf Jahre zu 70-80% möglich werden, sodass wir nur noch 20-30% saubere Energie dazukaufen müssen. Die konkreten Pläne dafür werden untenstehend weiter erläutert.

5.3.2 Ergriffene Maßnahmen

- Bilanzierung unserer Treibhausgasemissionen inklusive freiwilliger finanzielle Unterstützung von ausgewählten, zertifizierten und globalen Klimaschutzprojekten
- Vorhandensein von 9 E-Ladesäulen als Beitrag zum aktiven Klimaschutz
- Der Prozess für die energetische Erschließung ist aktiv gestartet

5.3.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Aktuell befindet wir uns in vertraglicher Abhängigkeit mit unserem gegenwärtigen Energieversorger, der benachbarten SRH-Klinik. Wohlwissend, dass diese bestehenden Verträge jedoch zeitnah auslaufen und uns damit neuen Handlungsspielraum ermöglichen, haben wir aktiv den Prozess gestartet, uns nach eigenständigen und saubereren Lösungen umzuschauen. Durch diesen Prozess haben wir sehr viel mehr Klarheit darüber gewinnen dürfen, wo wir in Zukunft in Sachen Energieversorgung im SCHWARZWALD PANORAMA stehen werden.

5.3.4 Indikatoren

Indikator 1: Energetische Erschließung mit Ziel der (Teil-)Energieautarkie

- 5 qualitative Gespräche mit möglichen Kooperationspartnern / Dienstleistern
- Ausarbeitung einer möglichen Finanzierung inkl. Einholen Informationen für Fördermittelangebote
- Stetiger Austausch mit unseren Haustechnikern und dem gesamten Team zur schnellen Lösungsfindung eines für uns geeigneten Weges

5.3.5 Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1-3 erstellt.

Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangs-bilanz 2019	Aktuelles Geschäftsjahr 2024	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreichung		
	THG-Emissionen in t CO_2e	THG-Emissionen in t CO_2e	+/- in t CO_2e	Zieljahr	Reduktions-ziel in t CO_2e oder %	Ziel-erreichung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	190,34	48,96	-141,38	2030	Ca. 5 t	10%
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	153,60	479,73	+326,13	2030	Ca. 140 t	70%
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	556,91	451,10	-105,81	2030	Ca. 400 t	10%

THG-Bilanz – Unsere Ausgangssituation

Wie bereits oben beschrieben waren uns in den letzten Jahren aufgrund bestehender Energielieferverträge in den großen, wirkungsvollen Klimaschutzbereichen Wärme und Strom (Scope 2) die Hände gebunden. Mitte des Jahres 2024 gab es eine überraschende Herausforderung verbunden mit einer starken Unsicherheit darüber, ob die bisherige Energieversorgung überhaupt weiterhin gesichert sein würde, und damit auch das unternehmerische Weiterbestehen. Erfreulicherweise wurde diese Sorge behoben; jedoch hat diese Erfahrung in uns den starken Wunsch nach unabhängiger Versorgung geweckt.

Darüber hinaus sind wir stolz, dass die vielen kleinen Maßnahmen wie Fensterisolierungen, das Einkaufen energieeffizienter Geräte oder das Investieren in Klimaschutzprojekte, ihre positive Wirkung in Zahlen zeigen, solange wir an die großen Hebel noch nicht beeinflussen können. Letzteres hat unser Engagement bislang nicht getrübt, sondern uns im Gegenteil darin bestärkt,

unserem Kurs zu folgen und die Dinge zu fokussieren, die wir bereits umsetzen können.

THG-Bilanz – Unsere Zielerreichung

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Ausgangsbilanz erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Wie bereits oben beschrieben erhoffen wir uns eine starke Energieautarkie bis ins Jahr 2023, also innerhalb der nächsten 5 Jahre, die uns voraussichtlich eine deutliche Emissionsreduktion in Scope 2 bescheren wird. In Scope 1 und 3 haben wir uns weniger ambitioniert, dafür in unseren Augen realistische Ziele gesetzt. Verbunden mit unserer Geschäftstätigkeit haben wir auf gewisse Dinge nur begrenzt Einfluss, beispielsweise die Anreiseart unserer Gäste und Mitarbeitenden. Dennoch werden wir sicherlich auch hier Wege finden, die bisherigen Emissionen zu senken und unsere Bilanz damit mittelfristig zu verbessern.

THG-Bilanz – Ergriffene Maßnahmen und Entwicklungen

- Bilanzierung der CO_2-Emissionen inkl. umfangreichen Reports und Vorschlägen zur Verminderung der Emissionen
- 5 unterstütze Klimaschutzprojekte in Indien, Kolumbien, Eritrea und Asien, mit denen insgesamt 2.054 kg Plastik gesammelt wurde und 203 t CO_2 weltweit reduziert werden konnte
- Einkauf energieeffizienter Geräte
- Nutzung von better.energy Heizungsthermostaten zur smarten Steuerung des Heizverbrauchs unserer Gäste
- Nutzung einer voll elektrischen Firmenflotte

5.3.6 Ausblick

Die bereits genannten größten Vorhaben im Sachen Klimaschutz im SCHWARZWALD PANORAMA setzen sich zusammen aus der geplanten energetischen Erschließung mit anschließender Dachsanierung zur Montierung einer PV-Anlage und weiteren Energieeinsparpotenzialen, sowie dem weitergreifenden Gedanken einer unabhängigen Wärmeversorgung, die gleichzeitig das Modell der Kreislaufwirtschaft bedient: Ein Sammelbehälter für die menschlichen Hinterlassen unserer Gäste, welche zu Biogas verarbeitet werden können. Da es zu letzterem zwar bereits innovative Konzepte, aber noch kein uns bekanntes erfolgsversprechendes Produkt für den uns zur Verfügung stehenden Rahmen auf dem Markt ist, wird dieses Vorhaben wohl erst in einigen Jahren, jedoch hoffentlich noch vor 2030 realisiert werden können.

5.4 Leitsatz 3 – Ressourcen & Kreislaufwirtschaft

5.4.1 Zielsetzung

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. Unser Herzensanliegen ist und bleibt eine nachhaltig-zirkuläre Zukunft des Wirtschaftens in der Hotellerie sowie branchenübergreifend zum Wohle und Nutzen aller. 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. Vom Fußboden über die Wandfarbe bis hin zu jedem Möbeldetail – alle Elemente werden neben Faktoren wie Materialgesundheit, Kreislauffähigkeit und Sozialstandards unter der Prämisse der CO_2-Emissionen bewertet: Einsatz erneuerbarer Energien bei Produktion und Logistik, Treibhausgasmanagement und systematische Reduzierung der CO_2-Emissionen. 24 CIRCULAR LIVING-Zimmer sind seit Sommer 2023 nach diesen Kriterien fertiggestellt und bereits von Gästen buchbar, unterteilt in drei 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 CO_2-Emissionen bei, da der Bedarf an der Neuproduktion der Baumaterialien und Ausstattungsprodukte erheblich reduziert werden kann. Die genaue Einsparung hängt von verschiedenen Faktoren ab, einschließlich Rücknahme- und Wiederaufbereitungsprozessen bis hin zur CO_2-Speicherfähigkeit des Materials.



Bild: Zimmer „Freigeist“ | SCHWARZWALD PANORAMA

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. Damit arbeiten wir aktiv am Hotel der Zukunft mit. Das einzigartige Hotelzimmerkonzept CIRCULAR LIVING hat das Potenzial, in weiteren Hotelbetrieben und über die Hotelbranche hinaus z.B. im Klinik-Bereich adaptiert zu werden.



Bild: Kreislauffähige Elemente im Zimmer „Waldklang“ | SCHWARZWALD PANORAMA

5.4.2 Ergriffene Maßnahmen

- 24 CIRCULAR LIVING-Zimmer sind seit Sommer 2023 nach den untenstehenden Kriterien fertiggestellt
- Fachliche Absicherung der Erfüllung der obenstehenden Kriterien durch wird 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

- Im Jahr 2024 lag unser Fokus darauf, CIRCULAR LIVING in die Branche und die ganze Welt zu tragen, sodass Stephan Bode (Geschüftsführer) und Darlene Schwabroch (Weiterenticklung nachhaltiges Bewusstsein) Vorträge, Interviews und Workshops zum Thema abgehalten haben, darunter auf dem Baden-Würrtembergischen sowie dem Oberfränkischen Tourismustag, beim Smart Hosptality Excellence Forum, bei der Ideenbörse Bio & Tourismus sowie bei Vorlesungen für die Hoschule Fresenius, Hochschule Heilbronn sowie der Johann-Georg-Doertenbach-Berufsschule in Calw
- Zusätzlich wurde im Jahr 2024 intensiv der weitere Umbau geplant, sodass dieser im Sommer 2025 realisiert werden kann
-



Bild: Bewertungskrierien CIRCULAR LIVING | SCHWARZWALD PANORAMA

5.4.3 Ergebnisse und Entwicklungen

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 Nachahmungseffekte 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.



Bild: GreenSign Circular Zertifizierung im Hotel SCHWARZWALD PANORAMA mit Heiko Rittweger, Stephan Bode und Peter Bachmann (v.l.) (Fotos: Stephan Bode Hotelbetriebs- und Verwaltungs-GmbH)

Mit diesem konsequenten Ansatz stärkt das SCHWARZWALD PANORAMA den Innovationsgrad sowie die Attraktivtät des Standortes Bad Herrenalb und lockt neue Gäste- und Zielgruppen in den nördlichen Schwarzwald, welche den regionalen Tourismus ankurbeln und örtliche Lokalitäten und Freizeitaktivitäten unterstützen. Die finanzielle Investition seitens des SCHWARZWALD PANORAMA beläuft sich auf circa 1,2 Millionen Euro.

5.4.4 Indikatoren

Indikator 1: Renovierung der Hotelzimmer nach CIRCULAR LIVING

- Erfolgreicher Umbau der ersten 24 Zimmer (3. OG)
- Zielsetzung: Umbau der nächsten 24 Zimmer (4. OG) in 2025

Indikator 2: Eingesparte Emissionen

Bei diesem Aspekt handelt es sich um zukunftsgerichtete Einsparungen, die bei der nächsten Renovierung in 15-20 Jahren spürbar werden.

- Verringerung der CO_2e-Emissionen schätzungsweise um bis zu 80% (prozessbezogene CO_2-Emissionen in der Herstellung wird 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

Indikator 3: Eingesparte Ressourcen

- 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 wieder 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

5.4.5 Ausblick

CIRCULAR LIVING im SCHWARZWALD PANORAMA soll Proof of Concept für ein künftiges System zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung und Zirkularität von Hotelzimmern sein, das ganz klar Impulse und Dynamiken in der Hotelbranche auslöst. Dafür kooperieren wir neben den bereits genannten Partnern mit renommierten Nachhaltigkeitszertifizierern speziell für die Beherbergungsbranche und weiteren Fachexperten und wissenschaftlich untersetzenden Instituten. Im

Jahr 2025 soll das 4. Obergeschoss vollumfänglich nach dem Konzept umgebaut sein, so dass dann 48 Zimmer nach dem CIRCULAR LIVING Prinzip umgesetzt sind.

Weitere geplante Aktivitäten im Themenfeld „Ressource“ für das Geschäftsjahr 2025 lauten:

- Umbau der nächsten 24 Zimmer (4. OG) in 2025
- Vorstellung des Konzepts auf mindestens 3 Veranstaltungen
- Weiterführende Sensibilisierung für CIRCULAR LIVING und ein kreislauffähiges Leben und Wirtschaften für unsere Mitarbeiter durch entsprechende Schulungen
- Erstmalige Erstellung des Product Carbon Footprints für die CIRCULAR LIVING Zimmer, um direkte klimarelevante Zahlen zu ermitteln und die (voraussichtlich) positive Wirkung in Sachen Emissionslast von kreislauffähigen Zimmerkonzepten gegenüber konventionellen Zimmerkonzepten beweisen zu können

Dabei werden die folgenden Ziele angestrebt:

- Erneutes Einsparungspotenzial von 13-19 Tonnen Ressource
- Wissenserweiterung, Sensibilisierung, Inspirationsquelle für Kreislauffähigkeit
- Stärkung und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit
- Stärkung des Innovationsgrads

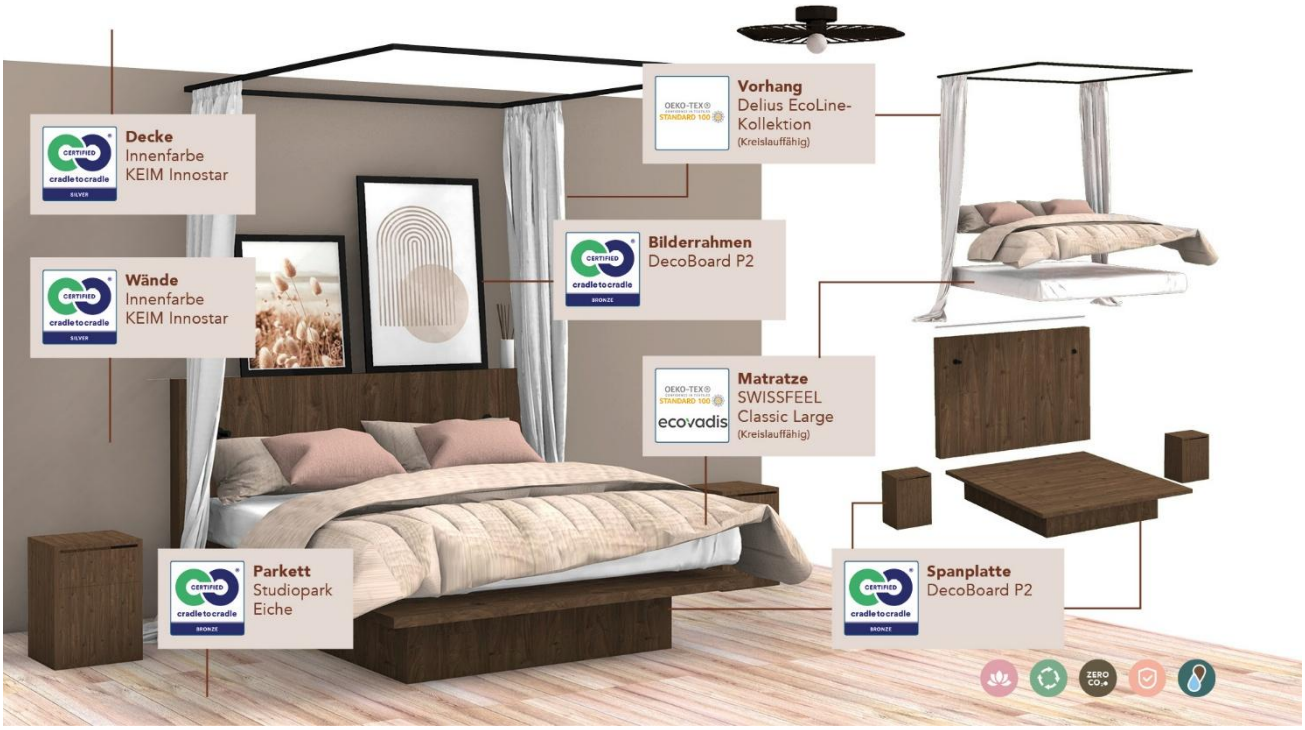


Bild: CIRCULAR LIVING Zimmer inklusive Zertifiziungsanachweise | SCHWARZWALD PANORAMA

5.5 Leitsatz 12 - Anreize zur Transformation

5.5.1 Zielsetzung

Seit 2013 bildet die Integration nachhaltiger Handlungen und Prozesse das Rückgrat unserer Unternehmensstrategie. Die aktive Umsetzung, das heißt die. gelebte Nachhaltigkeit, erfolgt nach dem KVP-Prinzip in allen Hotelbereichen und auf allen Ebenen der Wertschöpfungskette. Um das Bewusstsein sowie die dringende Notwendigkeit zur Nachhaltigkeit zu schärfen, wurde Anfang 2018 eine Position mit dem Titel „Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein“ geschaffen und besetzt. Ziel dieser Stelle ist es, das Team rund ums SCHWARZWALD PANORAMA verstärkt zu nachhaltigem Verhalten zu sensibilisieren und zu schulen, Prozesse zu durchleuchten, und, wo möglich und sinnvoll, auf mehr Nachhaltigkeit hin zu optimieren. In der Praxis zeigte sich, dass Bewusstseinsbildung am effektivsten durch Aufklärung, AHA-Erlebnisse oder durch das Vorleben und auf Aufzeigen sogenannter Best Practices vermittelt wird. Mittlerweise verzeichnet das eigens konzipierte „Umwelttagebuch“ über 250 Aspekte in den drei Handlungsfeldern *Soziales*, *Ökonomisches* und *Ökologisches*. Das SCHWARZWALD PANORAMA nimmt durch Vorlesungen an Hochschulen, Buchbeiträgen, Vorträgen und Messepräsenzen eine proaktive Rolle der öffentlichen nachhaltigen Bildung und Aufklärung an.

Wir arbeiten ebenfalls stetig daran, den Stellenwert der Nachhaltigkeit bei unseren Lieferanten und Partnern zu erhöhen und signalisieren durch bewusst Platzierung oder eben Nicht-mehr-Platzierung von großen Aufträgen eine gezielte Kaufentscheidung. Dadurch konnten wir bei einigen Betrieben bereits eine Umstellung zu mehr Nachhaltigkeit auslösen.

5.5.2 Ergriffene Maßnahmen

- „Klimasau“ am Empfang zur freiwilligen Kompensation der Restemission für Individualgäste
- Umfangreiches Schulungsangebot abteilungsspezifisch & -übergreifend
- „Ecoboard“ mit regelmäßig wechselnden Umweltthemen und Handouts für zuhause
- Saisonkalender, Bio-Schulungen, Reste-Kochbücher und Ernährungstipps in der Kantine
- Öffentliche Sammelstelle von SinnLicht (Recyclingwachs-Kerzenmanufaktur) und Sammlung aller Wachsreste des täglichen Restaurantbetriebes inklusive Verkauf der darauf neu gegossenen Kerzen
- Nutzung der Givebox und der Kleiderstande zum gegenseitigen Tausch sowie zur sinnvollen Verwertung der Fundsachen (nach gesetzlicher Aufbewahrungsfrist) & Büchertauschregal (SPA)
- Angebot für Gäste von Upcycling-Workshops und einer *GreenTour* durch das Hotel
- Angebot eines „grünen“ Arrangements *GreenDays* inklusive Mülltütle & Klimabuch
- Teilnahme an Aktionstagen wie beispielsweise Earth hour, Veganuary
- Umsetzung des Veggie Days und Informationen im Zusammenhang mit Gesundheit & Klima
- Gäste-Leitfaden für nachhaltigen Urlaub auf den Zimmern

- Internes Upcycling – Programm & Nutzung vorhandener Ressourcen (beispielsweise Eierbecher aus Altglas)
- Feedbackbox als Instrument zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit

5.5.3 Ergebnisse und Entwicklungen

Die Maßnahmen wurden über die letzten Jahre stets erweitert und alle oben genannten Maßnahmen sind derzeit aktiv.

Die Wahrnehmung der Gäste über unser nachhaltiges Engagement wird vermehrt in den öffentlichen Bewertungsportalen positiv erwähnt. Auch im Recruiting oder bei öffentlichen Auftritten (beispielsweise Gastvorlesungen oder Vorträgen) wird verstärkt ein Interesse an unserem nachhaltigen Konzept als ausschlaggebendes Kriterium für Bewerbungen zurückgemeldet.

Im bestehenden Team ist der Leitgedanke ReDUCE, ReUSE und ReCYCLE, aus der Abfallpyramide resultierend, über die Jahre in eine Gewohnheit übergegangen und es wird ganzheitlich verstanden und über Vorschläge, die eingereicht werden, stets weiterentwickelt und gelebt (betrieblich sowie privat).

Gäste fotografieren schöne Ideen ab und verbreiten diese weiter auf Social Media-Kanälen. Auch Branchenkollegen verbreiten fleißig unsere guten Ansätze in den eigenen Hotels.

5.5.4 Indikatoren

Indikator 1: Umwelttagebuch

- über 250 Maßnahmen erfasst

Indikator 2: Wachsspenden

- Circa 50 kg gesammelte Wachsreste

Indikator 3: Korksammlung

- Circa 8 kg gesammelter Kork

Indikator 4: GreenDay Arrangements

- 31-mal gebucht

5.5.5 Ausblick

Nachhaltigkeit ist kein Sprint, sondern ein Marathon und wir tragen durch unsere Anreize einen großen Teil zur Entwicklung des nachhaltigen Bewusstseins bei all unseren Stakeholdern bei und verändern Anspruch und Handlungsweisen dauerhaft im Alltag. Insgesamt trägt das SCHWARZWALD PANORAMA bei Gästen und Mitarbeitenden in herausragendem Maße zur Förderung des Umweltbewusstseins bei und fördert nachhaltiges Verhalten am Arbeitsplatz, im Urlaub und daheim durch vielseitige Ansätze, Schulungen, Maßnahmen, Konzepte, Workshops und Aktivitäten.

Weitere geplante Aktivitäten im Themenfeld „Anreize zum Umdenken“ für das Geschäftsjahr 2024 lauten:

- Weiterführung aller Maßnahmen
- Einführung einer weiteren Maßnahme im Bereich „Anreize zum Umdenken“

Dabei werden die folgenden Ziele angestrebt:

- Festigung der Positionierung als impulsgebendes, nachhaltiges Hotel im herausragenden Maße in Deutschland
- Weiterhin ein Umdenken innerhalb des Hotelteams sowie der Branche und Gesellschaft allgemein anpeilen

6. Weitere Aktivitäten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 02 – Klima-anpassung	▪ Resiliente, zukunfts-orientierte Unternehmens-führung, die ein Weiterbestehen des Hotels trotz klimatischer Veränderungen sichert	▪ Hotelzimmerrenovie-rung nach Cradle-to-Cradle ▪ Kontinuierliches Schu-len unseres Teams ▪ Aufruf zur aktiven Wahlbeteiligung & der Wahl demokratischer Parteien, deren Wahl-programme Klima-schutz idR. beinhalten oder sogar priorisieren ▪ Sukzessiver Ausbau des pflanzlichen F&B-Angebots ▪ Fuhrpark besteht zu 100% aus Elektrofahrzeugen ▪ Geplante vollumfängli-che energetische Kern-sanierung mit Ziel der Energieautarkie	▪ Bis auf die energetische Kernsanierung sind alle oben aufgeführten Maßnahmen bereits umgesetzt, bzw. in der kontinuierlichen Umsetzung ▪ Viele dieser Maßnahmen sind zukunfts-gerichetet, sodass ein jetziges „Ergebnis“ nicht klar benannt werden kann ▪ Das positive Feedback von Mitarbeitenden, Gästen, Branchen-kollegen und Banken zeigt uns, dass wir mit unserem nachhaltigen Engagamgent und allen o.g. Maßnahmen auf dem richtigen, zukunftsfähigen Weg sind	▪ Die energetische Kernsanierung als ein Hauptbestand-teil unserer Klimaschutzs-stratgie wird im Jahr 2025 angegangen ▪ Der weitere Zimmerausbau nach CIRCULAR LIVING wird ebensfalls im Jahr 2025 stattfinden

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 04 – Biodiver-sität	▪ Erhalt und Stärkung der regionalen Artenvielfalt ▪ Bestäubungs- und Nistmöglich-keiten für Insekten & Kleintiere aller Art ermöglichen ▪ Kräuter- und Gemüseanbau, dessen Ernte in unserer Küche verwendet wird ▪ Sensibilisierung & Begeisterung unserer Gäste & Mitarbeitende für die Schönheit und Kraft der Natur ▪ Wertschätzung vermitteln für selbst angebaute Lebebsmittel	▪ Vorhandensein eines 100 m2 großen, eignen Hotelartengartens inklusive 25 m langer Beerenstraße, Obstbäumen, Artenschutzelemente, Wildblumenwiese, Upcycling-Impulsen u.v.m. ▪ Integration eines Vogelhauses, einer Vogeltränke, einem Sandbad für Vögel, Wildbienen-Nisthilfen, Ohrwurm-Nisthilfen, Eidechsensteinhaufen und zwei Honigbienen-Völker, die jeden Sommer bei uns verbringen dürfen ▪ Ebenfalls Vorhandensein eines hoteleigenen Naschgartens in Form von vier Hochbeeten, die jährlich mit frischen BIO-Kräutern, Obst und Gemüse bepflanzt werden ▪ Jährliche Pflege des Artengartens mit besonderem Augenmerk auf das Wohlergehen von Pflanzen & Tieren ▪ Jährliche Pflege des Naschgartens inklusive Pflanzung und Ernte reifer Leckereien	▪ Der Nasch- und Artengarten hat sich zu einem absoluten Highlight , zur lebendigen Fotokulisse für Urlaubs-erinnerungen sowie zum Tagungs- und Eventraum der besonderen Art entwickelt ▪ Gäste und Mitarbeitende sind fasziniert und inspiriert, die Pflege und Erhaltung bestehender Ökosysteme auch privat voranzutreiben	▪ Der Nasch- & Artengarten wird kontinuierlich von den Mitarbeiten-den des SCHWARZ-WALD PANORAMA gepflegt ▪ Geplant sind die Anschaffung einer eigenen Regentonne und eventuell die Intgration eines automatischen Bewässerungs-systems

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 05 – Produktverantwortung	▪ Schonender und verantwortungs-bewusster Umgang mit wertvollen Ressourcen ▪ Einführung und Leben kreislauffähiger Systeme und Prozesse ▪ Vorantreiben der ökologischen Landwirtschaft und Vielfalt; Angebot gesunder und hochwertiger BIO-Speisen & Getränke für unsere Gäste & Mitarbeitende ▪ Abfallvermei-dung – alles ist Wertstoff ▪ Vorbild als Arbeitsgeber für unsere 70 Mitarbeitenden	▪ Einsatz kreislauffähiger, regionaler, klimaneutraler, biodiversitätsfreund-licher Produkte ▪ Kontinuierliche Prozessoptiminerung und Monitoring der Maßnahmen ▪ 90% aller Speisen & Getränke in Bioqualität ▪ Saftangebot ausgebaut mit Apfelsaft von regionalen Streuobstwiesen ▪ Unterstützung der Bruderhahn-Initative durch Bezug von Eiern teilnehmender Landwirte ▪ Plastikfreies Frühstücksbuffet sowie Energiepausen ▪ Vorbeugung von Lebensmittelver-schwendung durch Forecasting, Menüplanung, Restvewertung ▪ Hauseigenes Müll-Konzept mit & 5-sprachiger Müllraum ▪ Fundsachenspende an hauseigene GiveBox und Kleiderstange statt Entsorgung ▪ Ökologische Textilien: EU-Ecolabel zertifizierte	▪ Gäste lieben das Zero Wate Frühstücks-buffet und fotografieren under anderem den Butterspender ▪ Mülltrennung funktioniert dank des Müll—Konzepts mit visuellen Anleitungen & des 5-sprachigen Müllraums nahezu fehlerfrei	▪ Weiterführung der oben genannten Maßnahmen ▪ Weiterführung des Großprojekts *Umbau aller Zimmereinheit en nach CIRCULAR LIVING – kreislauffähige Hotelzimmer*

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		Tischwäsche, Bettwäsche, Uniform ▪ Ökologische Reinigungsmittel: EU Ecolabel zertifizierte ▪ Einsatz von zwei Trockendampfreinigungsgeräten zur chemiefreien Reinigung ▪ 10% Naturkosmetik, Tierversuchs- und Mikroplastikfrei ▪ Beteiligung an fairpflichtet ▪ Nachhaltige Rahmenprogramme im CAMPUS ▪ Einheitliches CI & CD als Wiedererkennungswert und Aufbau der Marke ▪ Proaktive Aufforderung der Lieferanten zu mehr Nachhaltigkeit		
Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette	▪ Wohlfühlort & sicherer, diskriminierungsfreier Arbeitsplatz ▪ Erfolgreiche Talentakquise und – haltung ▪ Verantwortungsbewusster Einkauf	▪ Geschlechtliche Gleichstellung, Chancengleichheit, Anti-Diskriminierung ▪ Internationalität und hohe Diversität ▪ Brandschutz-, und Sicherheitsbeauftragter ▪ Hohe Transparenz der betrieblichen Entwicklungen ▪ Vertrauen auf bewährte Zertifikate wie BIO oder Fairtrade	▪ Circa 18 verschiedene Herkunftsländer (unterligt der Fluktuation) ▪ Circa 62,5% Frauen & 37,5% Männer (unterliegt der Fluktuation)	▪ Weiterführung der oben genannten Maßnahmen ▪ Individuelle Fort- und Weiterbildungen werden angeboten ▪ Erstellung unserer ersten Gemeinwohlbilanzierung im Jahr 2025

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	▪ Wohlfühlort und sicherer, diskriminierungsfreier Arbeitsplatz ▪ Erfolgreiche Talentakquise und – haltung	▪ Aktives Employer-Branding (Imageanzeigen, TALENTHELDEN Broschüre) ▪ Bewerbungsgespräche persönlich und direkt mit Geschäftsführer Stephan Bode ▪ Welcome-Package vor Arbeitsantritt inklusive Schnuppernacht, Hotelquiz & Willkommensgruß ▪ Onboarding: Hausführung zu Arbeitsbeginn, wo sinnvoll cross-overs & on-the-job-training ▪ Großes Benefitprogramm mit zahlreichen Vergünstigen intern & extern im Handel sowie im Gesundheits-, Altersvorsorge-, Dienstleistungs-, Freizeit-, Beherbergungs-, Reise-, und Kulturbereich ▪ GiveBox ▪ Teambuilding-Incentives und betriebliche Feste ▪ Hohe Transparenz der betrieblichen Vorgänge über regelmäßige Mitarbeiterversammlungen und Infobriefe („SchwaPa Essenz“) ▪ Regelmäßige Veggie Days in der Kantine ▪ Lohnerhöhungen, Nachtzuschläge,	▪ Maßnahmen wurden über die letzten Jahre stetig erweitert und sind derzeit aktiv. ▪ Hoher Wettbewerb um Mitarbeiter in der Branche, auch branchenübergreifend und international ▪ Arbeitgeber müssen innovative Benefitprogramme anbieten & mit Mitarbeitern im Dialog stehen ▪ Pandemie führte zu personellen Verlusten durch Abwanderung in geöffnete Branchen ▪ Teams wurden bis ins Jahr 2023 vollständig nachbesetzt ▪ Anteil der Quereinsteiger ist gestiegen ▪ Höhere Anspruchshaltung der Arbeitnehmer – Herausforde-	▪ Das Thema Personalwohnungen ist noch immer offen, eine baldige Lösung wäre wünschenswert ▪ Durchführen Mitarbeiterumfrage ▪ Ausführlicher Schulungsplan für 2025 ▪ Monatliches Achtsamkeitstraining und Mitarbeiterstärkung durch unsere Resilienz-Trainerin ▪ Teamtage & Coachings für einzelne Mitarbeiter ▪ Vegan Day statt Veggie Day in der Kantine beibehalten

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		Teildienstzuschläge, Urlaubs- und Weihnachtsgeld ▪ Minutengenaue Abrechnung & regelmäßige Überstundenauszahlung ▪ Ausschüttung von „Kopfgeld“-Prämien für Mitarbeiter für die Vermittlung neuer Kollegen ▪ Qualitativ hochwertige Uniformbereitstellung inklusive Reinigung ▪ Großzügige Tageslichtbüros mit maximaler Besetzung von 4 Arbeitsplätzen und ergonomischem Mobiliar ▪ Mitarbeiterbefragung & Vorschlagswesen ▪ Individuelle technische Ausstattung (z.B. Laptop, Handy, Ordermen) ▪ Nutzung der E-Ladestationen ▪ Betriebliches Geburtstagsgeschenk ▪ Individuelle Sonderprämien (Bonus, Hotelgutscheine, Sachgeschenke, Sonderurlaub) ▪ Umgestaltung der Mitarbeiterkantine in 2024 auf Wunsch des Teams	rung und Chance zugleich ▪ Lage und Idylle des Ortes attraktiv für Urlaubsgäste, aber nicht immer erste Wahl für junge Arbeitnehmer	

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen	▪ Kooperativer, zuverlässiger Austausch mit allen relevanten Stakeholdern auf Augenhöhe ▪ Weiterentwicklung nachhaltiges Bewusstsein im Zusammenspiel aller Anspruchsgruppen	▪ Gastro-Partner von *Schmeck den Süden*: Unterstützung lokaler Bauern, Produzenten und Lieferanten ▪ Kooperation mit Global Familiy Charity Resort (Spende von Aufenthalten für bedürftige Familien) ▪ Unterstützung sozialer und ökologischer Klimaschutzprojekte weltweit via Climate Partner ▪ Förderung regionaler Künstler und Vereine durch Verkauf ihrer Produkte ▪ Förderung der Artenvielfalt im Artengarten ▪ Unterstützung Studierende im Bachelor- / Masterstudium durch Interviews & Wissensvermittlung ▪ Messeauftritte ▪ Einbezug der Region und hohe Transparenz in der Öffentlichkeit (Social Media, Newsletter, Homepage) ▪ Pharmakodex-zertifiziert, Mitglied BDTV ▪ Ausbildungsbetrieb mit dem Wunsch nach	▪ Bioland GOLD Status wurde jedes jahr durchgehend bestätigt ▪ 8 Auszubildende	▪ Weiterführung der oben genannten Maßnahmen ▪ Installation eines Azubi-beauftragten ▪ Aufenthalte einer Familie über Global Family Charity Resort ▪ Weiterführung 100% vegane Brunches in 2025

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		Übernahme bei erfolgreichem Lehrabschluss ▪ Auftragsvergabe von Dienstleistungen und Handwerk bevorzugt regional ▪ Einholung Gästefeedback sowie kontinuierlicher Gästedialog ▪ Partnerbetrieb bei der Re-Zertifizierung des Ortes Bad Herrenalb als „nachhaltiges Reiseziel“		
Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	▪ Finanzielle Stabilität und Sicherheit ▪ Gesundes, nachhaltiges Wirtschaft mit hoher Investitionsbereitschaft ▪ Festigung unserer Rolle als Nachhaltigkeitsvorreiter und Innovationsgeist in der Branche	▪ Green Growth (Wachstum & Umweltschutz, gesicherte Liquidität und Bonität), nachhaltige Investments aus Überzeugung ▪ Stabilisierung der vorhandenen sowie Schaffung weiterer Arbeitsplätze ▪ Sicherstellung langfristiger Investitionsplan und hohe Investitionsbereitschaft ▪ Kontinuierliche Instandhaltung & Wartung der Immobilie ▪ Erfolgreiche Zertifizierung und Auditierung durch GreenSign Circular, dessen Entstehung	▪ Unser nachhaltiger Innovationsgeist hat Vorbildcharakter für die gesamte Branche und begeistert Gäste, Mitarbeitende & Jurymitglieder ▪ Inbesondere das junge Phänomen 100% kreislauffähiger Hotelzimmer (nach CIRCULAR LIVING) birgt enormes Schulungs-, Inspirations- und Nachahmungspotenzial	▪ Weiterführung der angestoßenen Unternehmenstransformationen (inklusive Zimmerumbau nach CIRCULAR LIVING im 4. OG, Zimmerumbau 1. & 2. OG mit innovativem Upcycling-konzept der abgetragenen Materialien aus dem 3. & 4. OG , Neugestaltung der öffentlichen Hotelbereiche uvm.)

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
		überhaupt durch unser eigens entwickeltes Umbauprojekte CIRCULAR LIVING inspiriert wurde ▪ Erfolgreiche Re-Zertifizierung GreenSign ▪ Erfolgreiche Re-Zertifizierung Tourcert ‚Partnerbetrieb nachhaltiges Reiseziel' ▪ 1. Platz Sustainable Hospitality Award 2024 ▪ 2. Platz beim Grand Prix der Tagungshotellerie 2024 ▪ 4. Platz bei der Wahl zu den TOP 250 Tagungshotels 2023 ▪ Nominierung Ba-Wü Umweltpreis 2024 ▪ Nominierung Deutscher Nachhaltigkeitspreis 202 ▪ Zahlreiche Clippings in örtlichen sowie überregionalen Magazinen & Onlineveröffentlichung		→ Dadruch ebenfalls erhöhte Markenattraktivität, höhere Übernachtungspreise, finanzieller Mehrwert für unsere Kooperationspartner beim Umbauvorhaben, Innovationsgeist und damit Stärkung der Region
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	▪ Regionale Partner- und Kunden-gewinnung bzw. -erhaltung ▪ Festigung unserer Rolle als Nachhaltigkeits-vorreiter und	▪ Engagement lokaler Musiker für gastronomische Events (Brunches, BBQs, Silvester, Sommerfest etc.) ▪ Nachhaltige und regionale	▪ Öffentliche Sammelstellen: trotz Listung auf interaktiven Karten wenig Inanspruch-nahme von Bürgern	▪ Weiterführung der oben genannten Maßnahmen

Leitsatz	Ziele	Maßnahmen und Aktivitäten	Ergebnisse und Entwicklungen	Ausblick
	Innovationsgeist in unserer Region	Rahmenprogramme im CAMPUS ▪ Support regionaler Freizeit- und Kultureinrichtungen durch Gastauslage und Empfehlungen ▪ Erneute Teilnahme „Schmeck den Süden“ (Verwendung zertifizierter nachhaltiger Produkte in der Küche) ▪ Kontinuierliches Standortmarketing Bad Herrenalbs und Erhöhung des Bekanntheitsgrades ▪ Support der Markenbildung Nordschwarzwald ▪ Öffentliche Wachssammelstelle, Korksammelstelle, ReFill my bottle		
Leitsatz 11 – Transparenz	▪ Förderung eines offenen und transparenten Umgang im Unternehmen, Wissensstand aller Mitarbeitenden über das aktuelle Geschehen im Hotel, inklusive wirtschaftlicher Zahlen, Daten & Fakten	▪ Ausgeprägtes Berichtswesen inklusive Investitionsvorhaben & -summen via KLIMAWIN und DNK-Bericht ▪ Transparente Kommunikation von Finanzzahlen mit dem Team via Abteilungsleiter-meetings und Mitarbeiterversamm-lung sowie auf schriftlichem Wege	▪ Mitarbeiterbind ung und -loyalität durch Ehrlichkeit, Transparenz und das Einbinden in unternehmens-relevanten Entscheidungen und Entwicklungen	▪ Weiterführung der oben genannten Maßnahmen

7. Unser Klimawin BW-Projekt

Mit unserem Klimawin BW-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

7.1 Das Projekt

Im Jahr 2024 haben wir, das SCHWARZWALD PANORAMA, erstmalig die Schwarzwald CleanUP Days unterstützt. Sowohl aus Kommunikationspartner als auch mit unserer CleanUP Kit Ausgabe- und Müllsammelstelle haben wir das den Verein PATRON e.V. in seiner Vision einer Natur frei von Plastikmüll unterstützt.

7.2 Art und Umfang der Unterstützung

Die Schwarzwald CleanUP Days werden gemeinsam von PATRON e.V. und der Schwarzwald Tourismus GmbH durchgeführt. Im Jahr 2024 bereits zum vierten Mal, vom 15. – 21. April. Dabei ging es darum, den Schwarzwald als größtes zusammenhängendes Waldgebiet Deutschlands und Zuhause unzähliger Tier- und Pflanzenarten von Abfall zu beseitigen. Auf freiwilliger Basis konnten Teilnehmende alleine, in Teams, auf ausgewählten Routen oder auf eigene Faust losziehen und Wander- sowie Fahrradwege nach ungebetenem Müll absuchen. Als Unterstützer der CleanUP Days war unser Hotel in diesem Zeitraum als Kitausgabe- sowie und Müllsammelstelle auf der interaktiven CleanUP Map auffindbar und damit Anlaufstelle für alle fleißigen Helfer und Helferinnen für das Abholen der CleanUP Kits (Handschuhe und Müllbeutel) sowie für das kostenfreie Entleeren voller Müllbeutel. Leider war es uns in diesem Jahr nicht möglich selbst beim Aufsammeln teilzunehmen, jedoch haben wir auf die beschriebene Art und Weise mit unserer Kit Abholstation unterstützt und damit einen reibungslosen Ablauf des Geschehens unterstützt. Außerdem haben wir die Aktion medial begleitet, um die Reichweite und Sichtbarkeit des CleanUP Projekts zu erhöhen und zur Teilname zu animinieren. Der insgesamte Vorbereitungs-, Planungs- und Durchführungsaufwand beläuft sich auch circa 15 Stunden. Im genannten Zeitraum 15. – 21. April war das gesamte Empfangsteam Ansprechpartner für CleanUP Teilnehmende, Unterstützer beim Entleeren der Müllbeutel und Versorger mit Getränken und Snacks für ein weiteres gutes Gelingen.

Umfang der Förderung: circa. 40 Arbeitsstunden

7.3 Ergebnisse und Entwicklungen

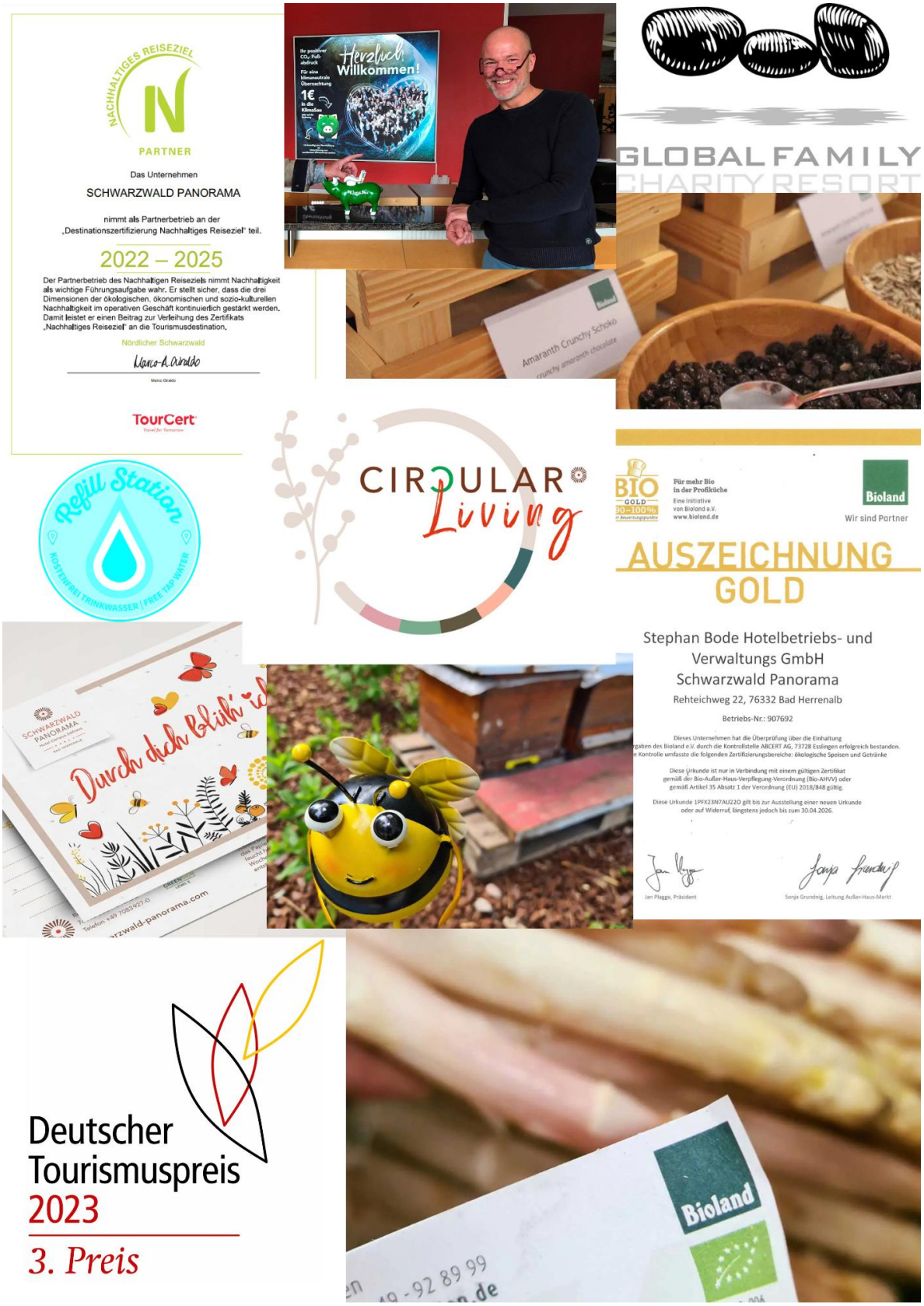
Mit unserer Unterstützung der CleanUP Days haben wir es den freiwilligen CleanUP Teams erleichtert, den um uns liegenden Schwarzwald zu säubern. Der Einluss unseres Hotels als nur einer von vielen Playern ist in diesem Projekt nicht abschätzbar, da es sich um ein regionales Gemeinschaftswerk handelt. Folgende Zahlen wurden während der PATRON CleanUP Tour 2024 im Schwarzwald erfasst:

- 123 Routen auf 720 zurückgelegten Kilometern
- 2.950 Teilnehmende (https://www.patron-nature.org/jahresrueckblick)

7.4 Ausblick

Das Mitwirken bei den CleanUP Days hat uns große Freude bereitet und gerne stehen wir hierfür künftig weiterhin zur Verfügung.

8. Ausschnitt unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten in Bildern




GREENSIGN
HOTEL
LEVEL 5
Management und Kommunikation:
Umwelt (Energie, Wasser, Abfall):
Biodiversität und Kulturelles Erbe:
Einkauf:
Regionalität und Mobilität:
Qualitätsmanagement und nachhaltige Entwicklung:
Soziale Verantwortung:
Wirtschaftliche Verantwortung:
SCHWARZWALD-PANORAMA.com
Vogel-Spa
HIERARCHIE DER ABFÄLLE
Produkte (keine Abfälle)
Vermeiden
Vorbereitung zur Wiederverwendung
Recycling
Sonstige Verwertung
Abfall
Beseitigung
NABU
GREENSIGN
CIRCULAR
Schmeck den Süden
Gastronomen
Baden-Württemberg
SCHWARZWALD PANORAMA
HOTEL
NATURNAHE ESSKULTUR
180° PANORAMABLICK – FREIHEIT PUR
GESUNDHEIT UND WOHLBEFINDEN
URSPRÜNGLICHKEIT UND VIELFALT
SELFNESS
GREEN MEETINGS UND LERNEN
CAMPUS
GREEN PEARLS®
UNIQUE PLACES

Hotel.Campus.Selfness
SCHWARZWALD
PANORAMA
BAD HERRENALB

Nachhaltig handeln
in Unternehmen
Klimawin BW

Impressum

Herausgeber

Stephan Bode Hotelbetriebs- und Verwaltungs-GmbH
Rehteichweg 22, 76332 Bad Herrenalb
Telefon: +49 7083 927-0
E-Mail: info@schwarzwald-panorama.com
Internet: www.schwarzwald-panorama.com

Ansprechperson

Weiterentwicklung nachhaltiges Bewusstsein & Assistenz der Geschäftsleitung:
Darlene Schwabroch
07083/ 927 485
schwabroch@schwarzwald-panorama.com

Stand

06.06.2025