SCHWARZWALD PANORAMA
Hotel.Campus.Selfness
BAD HERRENALB

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2019

SCHWARZWALD PANORAMA

WIN CHARTA

Bericht im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit (WIN)
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns ... 1

2. Die WIN-Charta ... 3

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement ... 4

4. Unsere Schwerpunktthemen ... 5

Mitarbeiterwohlbefinden ... 5

Anreize zum Umdenken ... 8

5. Weitere Aktivitäten ... 11

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange ... 11

Umweltbelange ... 12

Ökonomischer Mehrwert ... 13

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption ... 14

Regionaler Mehrwert ... 14

6. Unser WIN!-Projekt ... 15

7. Kontaktinformationen ... 17

Ansprechpartner ... 17

Impressum ... 17

ÜBER UNS

1. Über uns

UNTERNEHMENSDARSTELLUNG

Im **4-Sterne-Superior Hotel SCHWARZWALD PANORAMA** verfolgt Hüter & Geschäftsführer, **Stephan Bode**, seit 6 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. **Mitarbeiteranzahl** (75), durchschnittliche **Jahresauslastung** (70%) sowie **Jahresnettoumsatz** (5.600 T€) konnten im Vergleich zum Vorjahr stabilisiert bzw. erhöht werden. Jährlich wird das SCHWARZWALD PANORAMA bei **Awards**, wie beispielsweise dem Grand Prix der Tagungshotellerie oder den Top250Tagungshotels mit dem **1. oder 2. Platz** ausgezeichnet.

Jahr für Jahr konnte das Haus eine äußerst positive Entwicklung vorweisen, die insbesondere auf die weitsichtige, **ganzheitliche** und nachhaltige **Unternehmensausrichtung** zurückzuführen ist. Die Unternehmensphilosophie basiert grundlegend auf einer **Nachhaltigkeitskultur**, welche in allen vier Dienstleistungsbereichen (Logis/CAMPUS/ Gastronomie/ Wellness und Selfness) verankert ist.

Meilensteine der nachhaltigen Entwicklung sind die Kooperationen mit Bioland, Green Pearls, Climate Partner, Global Family und Dr. Hauschka, als auch die Selbstverpflichtung zum **DNK** und die Unterzeichnung der **WIN Charta** mit dem regionalen Begleitprojekt **„SchwaPa Biokids“**, welches als Leuchtturm eine enorme Strahlkraft angenommen hat und bis in die Kreise der Politik, Vorstandsetagen großer Firmen (AWG), Verbände (NABU) und Hochschulen (Heilbronn) wirkt.

Zudem werden zahlreiche Dienstleister, Lieferanten, Produkte, interne Prozesse und Angebote kontinuierlich von der **Abteilung *Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein*** untersucht und optimiert, denn eine gesunde Umwelt dient als Grundlage für eine intakte Wirtschaftswelt. Durch die Verknüpfung mit dem Ort, seinen Menschen und seinem Ursprung entsteht eine gemeinschaftliche Wertschöpfung für die Region. **Nachhaltigkeit** wird als **Qualität**, nicht als Verzicht, interpretiert und in die gesamte Wertschöpfungskette als **Mehrwert** integriert. Im SCHWARZWALD PANORAMA werden **Impulse im Kollektivbewusstsein für die Gesellschaft der Zukunft** gesetzt, die den Übergang von „grüner Ökologie“ zu „blauer Ökologie“ (These M. Horx) deutlich machen:

GRÜNE ÖKOLOGIE	**BLAUE ÖKOLOGIE**
Es gibt zu viele Menschen	Es gibt (noch) zu wenig gute Systeme
Der Mensch ist Feind der Natur	Der Mensch ist Teil der Natur
Technik ist das Problem	System-Technologie ist die Lösung
Wir produzieren zu viel Müll	Es gibt keinen Müll
Zukunft = Knappheit	Zukunft = Intelligente Verschwendung

Persönlich ist Herr Stephan Bode bereits 2009 mit dem renommierten **B.A.U.M- Umweltpreis** für sein nachhaltiges Engagement ausgezeichnet worden.

ÜBER UNS

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.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – 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."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

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

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 05.04.2018

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER-PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	☐	☒	☒
Leitsatz 2	☒	☒	☒
Leitsatz 3	☐	☒	☒
Leitsatz 4	☐	☒	☒
Leitsatz 5	☐	☒	☒
Leitsatz 6	☐	☒	☒
Leitsatz 7	☐	☒	☒
Leitsatz 8	☐	☒	☒
Leitsatz 9	☐	☒	☐
Leitsatz 10	☐	☐	☐
Leitsatz 11	☐	☒	☒
Leitsatz 12	☒	☒	☒

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: SchwaPa Biokids, Bad Herrenalb

Schwerpunktbereich:

☐ Energie und Klima ☐ Ressourcen ☒ Bildung für nachhaltige Entwicklung

☐ Mobilität ☐ Integration

Art der Förderung:

☒ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung: Material- und Sachkosten inkl. Ausstattung Kids mit Shirts, Käppis ca. 1000 EUR zzgl. Arbeitsstunden. Erstellung und Organisationskonzept ca. 2 Wochen zzgl. 10 Terminen mit Vor- und Nachbereitung

Projektpate: Stephanie Schießl

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- **Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden**
- **Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken**

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

- Leitsatz 2: **Mitarbeiterwohlbefinden**

Besonders in unserer Branche ist ein sich wohlfühlender Mitarbeiter Voraussetzung für ein positives Gasterlebnis und den authentischen Transport unserer Werte und Philosophie. Dienstleistung lebt von Herzlichkeit und diese entsteht von innen heraus. In einer Zeit, in der Lebenszeit = Arbeitszeit bedeutet und beide Bereiche immer mehr verwachsen, wünschen wir uns alle eine sinnvolle und erfüllende Aufgabe in einer partizipativen Atmosphäre. Auch der deutschlandweite Fachkräftemangel und die natürliche Fluktuation unserer Branche erfordert eine kontinuierliche Erweiterung der Mitarbeiter-zufriedenheit und Schaffung neuer Mehrwerte, um eine langfristige Bindung bzw. eine, im mittlerweile weltweiten Wettbewerb, Attraktivität zu gewährleisten, damit alle Positionen besetzt werden.

- Leitsatz 12: **Anreize zum Umdenken**

Wir werden uns auch dieses Jahr mit der Thematik *Anreize zum Umdenken* beschäftigen, da wir als touristisches Unternehmen unmittelbar von einer intakten Umwelt profitieren, diese erhalten und bereichern möchten (grüne Ökologie -> blaue Ökologie siehe S. 1). Durch den direkten, kontinuierlichen und intensiven Kontakt mit unseren vielen unterschiedlichen Anspruchsgruppen, gehen wir mit gutem Beispiel (oder konkreten Forderungen) voran und setzen inspirierende Impulse für nachhaltiges Handeln, um Lebensqualität zu erhöhen und um unseren CSR-Beitrag als Unternehmen zu leisten.

Mitarbeiterwohlbefinden

ZIELSETZUNG

Unser Ziel ist auch weiterhin ein Mix aus einem soliden Mitarbeiterstamm mit loyal geprägter Unternehmenszugehörigkeit sowie einer gesunden Fluktuation, welche neues Wissen und frische Ideen ins Unternehmen bringt. Mitarbeiterwohlbefinden wirkt stabilisierend auf das bestehende Team und gleichzeitig anziehend auf neue Bewerber. Nach wie vor wünschen wir uns eine hohe Diversity und vielseitige Talente, welche ihre jeweiligen Stärken innerhalb unseres Dienstleistungsangebotes ausleben möchten. Flexibilität bei den Arbeitszeiten ist in der Branche, bedingt durch die betrieblichen Erfordernisse, bekanntlich eingeschränkt, dennoch werden individuelle Bedürfnisse berücksichtigt. Eine überdurchschnittliche, faire Bezahlung sowie unbefristete Verträge sind eher die Regel als eine Seltenheit. Der bewusste Verzicht auf starre Hierarchien und vorgegebene Standards, wie man funktionieren muss, wird mit Freiheit in der Gestaltung eigener Aufgaben und Möglichkeiten einer eigene Persönlichkeitsbildung durch Nutzung vorhandener Potentiale ersetzt. Eines der Kernpunkte der

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Philosophie ist das Thema Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein und Gesundheit, mit welchem sich viele Menschen immer mehr identifizieren - was sie bei uns können und sogar sollen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Lohnerhöhungen sowie Nachtzuschläge und Sonderprämien
- Erstellung und Verteilung einer modernen Arbeitgeber-Imagebroschüre für Bewerber sowie Investition in moderne neue Stellenanzeigen
- Versand Willkommens- und Infopaket (inkl. Einladung 1 Nacht im DZ) vor Beginn 1. Arbeitstag
- Hausführung am 1. Arbeitstag mit follow up Gespräch und Quiz über unser Haus
- Selfness2U Workshop 1x monatlich für 60 Minuten verpflichtend während der Arbeitszeit mit Themen wie Ernährung, Meditation, Yoga, Atmung und Anti-Stress
- Kosmetikprodukte sowie Anwendungen für 25% Ermäßigung
- Weiterbildungsangebot und erhöhte Sicherheit für Team & Gäste durch z.B. Ersthelferkurse
- Vergünstigungen oder Gratisbesuche vieler touristischen Leistungsträger der Umgebung
- Second-Hand-Markt von ausrangierten Gegenständen und Mobiliar
- Teambuilding-Termine und betriebliche Feste
- Geben und Nehmen sozialer Impulse durch Zusammenarbeit mit Handicap-Werkstätten und Global Family
- Einführung Veggie Day immer Mittwochs u.a. für mehr Gesundheit der Mitarbeiter













UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Vergleich zu anderen Branchen ist es in der Hotellerie auf Grund der Anforderungen seit jeher schwieriger, langfristig gutes Personal zu finden. Die Idylle und Lage des Ortes, welche für Urlaubsgäste ideal erscheint, wirkt auf junge Nachwuchstalente oft unattraktiv. Im Vergleich zu anderen Betrieben sichern wir uns als vielseitiger Arbeitgeber mit einer hohen Arbeitsplatzsicherheit und gelebter Nachhaltigkeit sowie vielen Benefits ausreichend Bewerbungen, wenngleich die Zahl der gelernten Fachkräfte und somit die Qualität der Bewerber branchenweit abnimmt. Die Mitarbeiterzahl blieb stabil bei ca. 70 Personen, bei einer branchentypischen Fluktuation. Die Maßnahmen wurden allesamt sehr positiv aufgenommen, besonders unsere Arbeitgeberkampagne mit zugehöriger Broschüre „Talenthelden", welche regelmäßig in der Region verteilt wird, findet guten Anklang laut Bewerber.

INDIKATOREN

Indikator 1: Willkommensmappen und Hausführungen

- Über 20 Mappen wurden versandt und 15 Hausführungen wurden durchgeführt

Indikator 2: Lohnanpassungen

- Über 28 Lohnerhöhungen wurden vergeben

Indikator 3: Selfness2U

- Die Teilnehmerquote bei Selfness2U liegt bei ca. 60%

Indikator 4: Anwendungen/ Kosmetik 25% Rabatt

- Die Inanspruchnahme liegt bei ca. 50 Anwendungen und ca. 25 Verkäufen von Kosmetik

Indikator 5: Arbeitgeberimage

- ca. 1700 Arbeitgeberbroschüren wurden verteilt, zahlreiche Bewerbungen dadurch
- ca. 32.000 EUR Investition in moderne Stellenanzeigen, Landing Page & Arbeitgeberbroschüre

AUSBLICK

Oberste Priorität liegt bei einer kreativen Mitarbeiterakquise und Stabilisierung der z.T. neuen Teams. Bei der Akquise werden neue Möglichkeiten gesucht, auch in Form eines Brainstormings mit ausgewählten Mitarbeitern. Intensivere Zusammenarbeit mit Berufs- und Fachschulen ist eine weitere Maßnahme, um die Quantität von Bewerbungen zu steigern. Das Angebot von „Jobrad" ist ein weiterer Benefit, der umgesetzt werden soll. Alle bereits erfolgreich umgesetzten Maßnahmen vom Vorjahr werden beibehalten und ausgebaut, wie z.B. die „Kopfgeld" - Prämie. Unser Ziel ist die Sicherstellung von kompetenten, freundlichen und zufriedenen Mitarbeitern für die vorhandenen Stellen, gekoppelt an ein positives Unternehmensergebnis.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Anreize zum Umdenken

ZIELSETZUNG

Seit 2013 bildet die Integration nachhaltiger Handlungen und Prozesse das Rückgrat unserer Unternehmensstrategie. Die aktive Umsetzung, d.h. 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, das Team rund ums SCHWARZWALD PANORAMA verstärkt zu nachhaltigem Verhalten zu sensibilisieren, Prozesse zu durchleuchten und wo möglich und sinnvoll, auf mehr Nachhaltigkeit hin zu optimieren. In der Praxis zeigte sich, dass Bewusstseinsbildung am effektivsten durch Beteiligung vermittelt wird, d.h. durch konkrete nachhaltige Maßnahmen und Aktionen. Durch die Kommunikation oder gar das Erleben der Maßnahmen werden interne und externe Anspruchsgruppen inspiriert. Wir arbeiten ebenfalls stetig daran, den Stellenwert der Nachhaltigkeit bei unseren Lieferanten und Partnern zu erhöhen, um somit unsere Ansprüche an ein Produkt zu vermitteln. Dadurch heben wir den Standard auf ein höheres Niveau, was dazu führt, dass sich Unternehmen auf mehr Nachhaltigkeit umstellen. Durch die systemische Verknüpfung unserer Qualitäten (Gastgeber +Herzlichkeit + Nachhaltigkeit) werden wir zum Impulsgeber für unsere gesamte Mit- und Umwelt, was bisher einzigartig in der Region ist.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Ecoboard mit monatlich wechselnden Themen zu Umwelt, Bio, Klima und Tipps für zu Hause
- DVD Verleih nachhaltiger Filme
- Aktives Engagement im Artenschutz: eigenes Bienenvolk auf dem Gelände sowie Vogelfutterstation und Nistplatz
- Nachhaltigkeitsfeedbackbox für Vorschläge und Ideen vom Team
- Bepflanzung und Nutzung von 4 Hochbeeten
- Partnerschaft mit lokaler Recyclingwachsmanufaktur und Spende von Wachsresten
- Push bestimmter Lieferanten zu mehr Nachhaltigkeit, z.B. Pharmos, Ecolab oder itex
- Umstellung Firmenwagen von Benziner auf Hybrid (E-Auto auf Grund Reichweiten nicht machbar)
- Teilnahme an Aktionstagen, z.B. Earth Hour, N! Tage
- Spende von Fundsachen an karitative Einrichtung
- Einführung eines Umwelttagebuches, regelmäßige Aufrufe zum KVP in den Abteilungen
- Teilnahme am ReFill my bottle Programm
- Wechsel des Eierlieferanten auf sog. „Bruderhahn-Eier“ eines regionalen Biolandhofes als Zeichen
- Upcycling Workshops
- Einführung des Veggietages und Information Zusammenhang Gesundheit – Klima – Vegetarier
- Aufnahme einer Familie von Global Family Charity Resort

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN







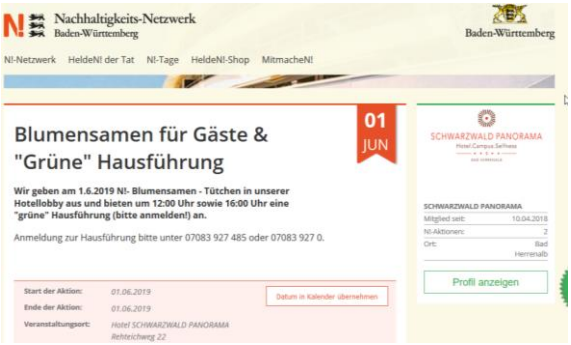








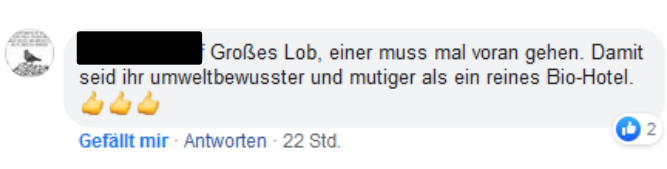


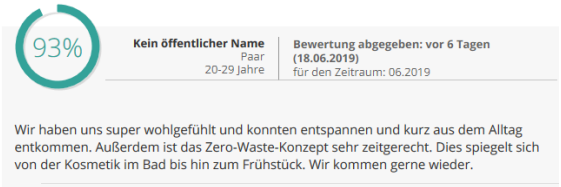




ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Diesen Leitsatz haben wir mit zahlreichen Maßnahmen erfolgreich umgesetzt und die Ergebnisse waren für Gäste und Mitarbeiter schnell sichtbar, u.a. durch eine gute Kommunikation über die Presse, Social Media oder interne Kanäle. Es gab auf allen Gebieten positive Reaktionen, Interesse und Offenheit. Besonders durch die Hochbeete entstanden viele gute Gespräche mit Mitarbeitern und Gästen in der Hoffnung auf Nachahmung im eigenen Garten. Auch die eigens hergestellten Kerzen aus alten Haussektflaschen und Wachsresten des Restaurants sorgten für große Augen, was man aus „Müll“ noch so machen kann und inspiriert so vielleicht zum Upcycling in den eigenen vier Wänden. Auf Grund der Personalsituation ist es allerdings oftmals herausfordernd für die Mitarbeiter Begeisterung und Offenheit bzw. Zeit und eigenes Engagement für diese Themen aufzubringen, was respektiert wird.





UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: DVD Verleih

36 Ausleihen wurden erfasst

Indikator 2: Umwelttagebuch

70 Maßnahmen wurden erfasst seit 2014

Indikator 3: Wachsspenden

- Mind. 40 kg Wachs/ jährlich

AUSBLICK

Durch immer neue Stupser, Alternativvorschläge und Aufklärungsarbeit leisten wir einen großen Teil zur Entwicklung des nachhaltigen Bewusstseins bei all unseren Stakeholdern. Geplante Maßnahmen sind u.a. ein Besuch eines umweltbezogenen Unternehmens wie z.B. Müllkraftwerk Böblingen oder die Papiermühle in Gengenbach. Alternativ würde sich auch der Besuch unseres Partners, Biolandhof Reiser, anbieten. Ein Aktionstag ist auch dieses Jahr wieder geplant wie z.B. Waldputzete oder Apfelsaften. In der Gastkommunikation werden Möglichkeiten diskutiert, wie das nachhaltige Engagement unseres Hauses übersichtlich dargestellt werden kann. Ein Highlight wird der Beginn des Projektes „Zukunftsgarten“, bei welchem Elemente aus Ressourceneinsatz, Artenschutz und Bewusstseinsbildung integriert werden. Zu besonderen Anlässen werden Upcycling Workshops angeboten und sogar ein Angebot („grünes Arrangements“) mit entsprechenden Inhalten wird diskutiert. Möglich wäre auch die Standardisierung der Frage nach einem klimaneutralen Aufenthalt für 1 € pro Nacht bei Check-In oder Check-Out. Die Verknüpfung und Zusammenarbeit mit den diversen touristischen Angeboten der Stadt (EBike-Verleih, Geocoaching-Geräteverleih, Carsharing, Bücherschrank, geführte Wanderungen) soll beibehalten werden.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Kooperation mit Global Family Charity Resort; Ausbau und Erhalt der Zusammenarbeit
- Kooperation mit HWK–Werkstätten; Ausbau und Erhalt der Zusammenarbeit
- Abgabe von Fundsachen bei gemeinnützigen Verein als Spende

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Support mit Gutscheinen für Tombolas von GFCR im Wert von mind. 1.500 EUR
- Einladung einer bedürftigen Familie im August 2019 für 1 Woche Urlaub inkl. Zusatzleistungen
- Mehrere Praktika einer HWK-Bewohnerin mit dem Ziel der Übernahme

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Partnerbetrieb bei der Re-Zertifizierung des Ortes Bad Herrenalb als „nachhaltiges Reiseziel“
- Gastro-Partner von Bioland; Support lokaler Bauern, Produzenten und Lieferanten
- Unterstützung sozialer und ökologischer Projekte weltweit durch unseren Partner Climate Partner
- Förderung regionaler Handwerker, Künstler und Lieferanten (Sinnlicht, Anke Kessinger, Klaus Karlitzky) durch Verkauf der Produkte und Werbung auf SM Kanälen

BIO GOLD 90–100% der Bewertungspunkte

Für mehr Bio in der Profiküche

Eine Initiative von Bioland e.V. www.bioland.de





Ergebnisse und Entwicklungen:

- Bioland Partner mit Gold Status seit 1.1.2019: mind. 90% aller Speisen & Getränke in Bioqualität
- Beantragung und erfolgreiche Platzierung einer Hundetoilette nahe des Hotelgeländes
- Information und Einladung der Nachbarn des Hotelgeländes bei betrieblichen Festen

WEITERE AKTIVITÄTEN

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wiederverwendung einseitig bedrucktes Papier zum beidseitigen Druck
- Wechsel des Firmenwagens von Benzin auf Hybridtechnologie
- Verzicht auf To Go Becher und Klimaanlagen
- Lavendelsäckchen als Option für Gäste auf Zimmerservice zu Verzichten wird gut angenommen und spart Wasser, Putzmittel und Wäschewechsel





Ergebnisse und Entwicklungen:

- Installierte Wasserstoptasten bei Toiletten (Zimmern) deutlich sichtbarer
- Kompost sowie Regenwasserauffangbecken für den geplanten Zukunftsgarten
- Umstellung auf LED Beleuchtung und Bewegungsmelder kontinuierlich und sukzessive

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Jährliche Erstellung der Ökobilanz mit daraus abgeleiteten Maßnahmen zur CO_2 – Reduzierung
- Bereitstellung einer Gratis-e-Ladestation für e-Autos unserer Gäste in der Tiefgarage

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 2.164 Buchungen der 1-€- Klimarate von Individualgästen, d.h. 482.916 kg CO2 kompensiert
- Green Meetings: Kompensation von 5.837 Übernachtungen und 354 Veranstaltungen





WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Umstellung sämtlichen Papierbedarfs auf Blauer Engel 100% Altpapier
- Drängen aller Kosmetik und Reinigungsmittel zum EU Ecolabel sowie Aufnahme auf die PETA Liste
- Saftangebot ausgebaut mit Apfelsaft von regionalen Streuobstwiesen
- Plastikfreies Frühstücksbuffet, Lunchpakete sowie Energiepausen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Erhöhung des Bioanteils bei Speisen und Getränken von 70% Bio auf 90% Bio realisiert
- Bezug regionaler sog. Bruderhahneier, um ein Zeichen gegen das Kükensterben zu setzen
- Umstellung von Plastik-Laundryservice-Tüten auf Papiertüten (nach Verwendung aktueller Charge)
- PLA Trinkhalme werden durch Papier bzw. Grastrinkhalme ersetzt

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Stabilisierung der vorhandenen sowie Schaffung weiterer Arbeitsplätze
- Gesicherte Liquidität und Bonität, durch ausgewogene Einnahmen und Ausgabenbalance

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Zahlreiche Presseberichterstattungen
- Zuwachs im CAMPUS-Geschäftszweig durch klimaneutrale Veranstaltungen
- Erhöhte Anzahl Bewerbungen auf Grund der nachhaltigen Ausrichtung

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Einsatz von rezemo – einer regionalen Bio-Kaffeekapsel aus Holz für Kaffee-Kapselmaschinen
- Veggietage in der Mitarbeiter- und Gästeverpflegung (mittwochs), Kick Off erfolgte am 17.6.19

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Tablets auf allen Zimmern, um Telefonie sowie gedruckte Mappen zu digitalisieren
- Kontinuierlicher Push der Lieferanten und Hersteller, die Gebinde auf Gastrogrößen zu erweitern bzw. auf Mehrweg umzustellen, um dadurch unnötigen Müll zu Vermeiden

WEITERE AKTIVITÄTEN

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Ausblick:

- Stabilisierung und Ausbau der regionalen Wirtschaftskreisläufe

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Für uns kein wesentliches Thema und nicht relevant

Regionaler Mehrwert

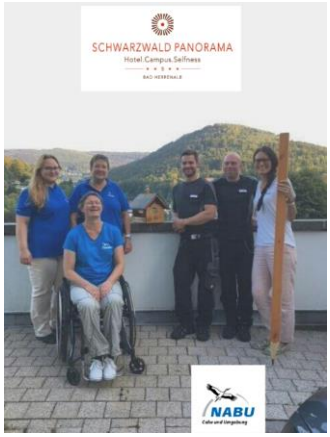
LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Nachhaltige und regionale Rahmenprogramme ergänzend zur Green Meeting - Pauschale
- Aktives Engagement im Artenschutz
- Unterstützung regionaler, karitativer Einrichtungen sowie in der Jugendarbeit
- Enge Zusammenarbeit mit der Stadt sowie Werbung für den Ort auf sämtlichen SM Kanälen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- 5 nachhaltige Rahmenprogramme ausgearbeitet: Apfelsaften, Waldbaden, Ziegentrekking, Waldputzete, Backstage Green Tour
- In Kooperation mit NABU Aufstellen einer Vogelfutterstation sowie einem Vogelnistkasten
- Bienenvolk-Check-In und entsprechende Aussaat einer Blumenwiese als Buffet
- Fundsachenspende 2x jährlich an Hand in Hand e.V. Dobel
- Start SchwaPa Biokids 10.10.2019





Nach Test gibt's ein Zertifikat

Nachhaltigkeit | Hotel und Schule besiegeln Zusammenarbeit

■ Von Dietmar Glaser

Bad Herrenalb. Anbauen, ernten, kochen, servieren, essen – hört sich doch normal an, ist es aber nicht. Viele Kinder kennen zwar die rote Sauce aus der Tube, wissen aber nicht, was diese mit Tomaten zu tun hat. Das neue Projekt »SchwaPa BIO Kids« vermittelt Grundschülern der dritten und vierten Klasse einen neuen Zugang zu Lebensmitteln und zum Umweltschutz.

Dazu wurde jetzt eine Kooperation zwischen der Bad Herrenalber Falkensteinschule und dem Hotel Schwarzwald Panorama geschlossen. Die Initiative ging von Hotelchef Stephan Bode aus.

Bode hatte 2018 die WIN Charta des Landes Baden-Württemberg unterzeichnet (wir berichteten), mit dem Versprechen, ein regionales Projekt zu unterstützen oder aufzubauen. Und genau das passiert ab Oktober nach Monaten der Recherche, Aufbau von Netzwerken und Organisation.

Das Projekt »SchwaPa BIO Kids« geht mit rund 15 Grundschulkindern an den Start. In den Schulbetrieb ist es als Arbeitsgruppe (AG) eingeplant.

Mit Beginn des neuen Schuljahrs finden elf Veranstaltungen statt. Sie vermitteln Wissen zu den Themen Ernte, Tierhaltung, Lebensmittelerzeugung und -verarbeitung, Küche, Service, Ernährung und Etikette, Nachhaltigkeit, Kreisläufe, Artenvielfalt und Klimaschutz.

Die Kinder kommen bereits gut vorbereitet in diesem Projekt an. Die Falkensteinschule bietet schon jetzt den Ernährungsführerschein an und beteiligt sich am Schulfruchtprogramm.

Die Gesamtbetreuung des Projekts übernimmt Stephanie Schießl, Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein, vom Hotel. Bei ihr laufen die Fäden zusammen. In der Falkensteinschule ist Rektorin Patricia Fischer die treibende Kraft. Mit im Boot ist auch Martina Shakya von der Hochschule Heilbronn. Sie ist Leiterin des Fachbereichs Nachhaltige Tourismusentwicklung (MA). Aktiv beteiligen sich die Abteilungsleiter und Auszubildenden des Hotels Schwarzwald Panorama und Experten. Schirmherr ist Landrat Helmut Riegger.

Regionales Netzwerk

Die Hochschule Heilbronn übernimmt die inhaltliche Gestaltung des ersten Termins zum Thema Nachhaltigkeit. Studenten bereiten das Wissensgebiet für Kinder auf. Für die weiteren Termine stehen Pädagogen der Falkensteinschule, das Hotelteam sowie diverse Partner gleichermaßen in der Verantwortung, die Nachmittage interessant, lehrreich und spaßmachend zu gestalten.

Ein regionales Netzwerk aus Landwirten, Vereinen, Klimaschutzunternehmen, Ernährungsberatern, Knigge-Experten, Imkern, Entsorgungsunternehmen sowie Anbauverbänden sorgt für Abwechslung in der Gestaltung der Themen und Termine.

Am Ende des Projekts werden die Kinder für die Eltern, Pädagogen und die Projektleitung eine Kaffeetafel organisieren – mit selbst gebackenem Kuchen, selbst gedeckten Tischen und Service an den Gästen. Das macht das Projekt auch sozialpolitisch wertvoll.

Nach einem kleinen Test erhalten die Kinder ein durch die Hochschule Heilbronn ausgestelltes Zertifikat, das neben der erfolgreichen Teilnahme auch die bestandene Prüfung bestätigt. Wissen und Zertifikat können ihnen im Leben und sogar bei der Berufswahl nützlich sein.

Bode sagt: »Die Vision dahinter ist, den Kindern etwas mitzugeben, damit sie sich zu verantwortungsvollen Erwachsenen entwickeln und die Natur nicht nur aus dem Videospiel und die Lebensmittel nicht nur aus dem Supermarktregal kennen, sondern sich über das Erlebte bald selbst für Nachhaltigkeit einsetzen.« Wenn dabei auch der Wunsch geweckt wird, in einem Hotel zu arbeiten, ist das für ihn ein willkommener Nebeneffekt.

Stephanie Schießl (von links) und Stephan Bode (beide Hotel Schwarzwald Panorama) und Patricia Fischer (Falkensteinschule) unterzeichnen die Kooperation »SchwaPa BIO Kids«. Foto: Glaser

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR: SCHWAPA BIOKIDS

Anbauen, Ernten, Kochen, Servieren, Essen – hört sich doch normal an, ist es aber nicht. Viele Kinder kennen zwar die rote Sauce aus der Tube – aber was hat diese denn mit Tomaten zu tun, nicht wahr?

Stephan Bode, Hüter & Geschäftsführer & Inhaber des Hotels SCHWARZWALD PANORAMA hat als Initiator 2018 die WIN-Charta unterzeichnet mit dem Versprechen, ein regionales Projekt zu unterstützen bzw. aufzubauen. Und genau das passiert ab Oktober 2019 nach Monaten der Recherche, Aufbau von Netzwerken und der Organisation: das Projekt SchwaPa Biokids geht an den Start mit ca. 15 **Kindern** aus der **Jahrgangsstufe 3 & 4 der örtlichen Grundschule.**

Die Gesamtbetreuung des Projektes übernimmt Stephanie Schießl, Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein, vom Hotel SCHWARZWALD PANORAMA. Bei ihr laufen die Fäden der Falkensteinschule Bad Herrenalb, federführend dort durch Rektorin Patricia Fischer, sowie der Hochschule Heilbronn, federführend dort durch Studiengangsleiterin (MA Nachhaltige Tourismusentwicklung) Prof. Dr. Martina Shakya sowie von sämtlichen Kooperationspartnern, der internen Beteiligung des Hotelteams (Abteilungsleiter und Auszubildende) und natürlich die des Schirmherren, Landrat Helmut Riegger, zusammen. **10 Veranstaltungstermine** werden stattfinden mit vielen wertvollen Komponenten zum **Thema Nachhaltigkeit, Bio, Küche und Service, Ernährung, Müll, Wertschätzung, Lebensmittelerzeugung und -verarbeitung, Artenvielfalt, Klimaschutz, Etikette, Ressourcen, Ernte und Kreisläufe**.

Kick Off ist am 10.10.2019 mit dem Beginn des neuen Schuljahres. Die Hochschule Heilbronn übernimmt die inhaltliche Gestaltung des 1. Termins zum Thema Nachhaltigkeit - eine Einführung von Studenten für Kinder! Für die weiteren Termine stehen Pädagogen der Falkensteinschule, jeweils ein Part der Eltern, das Hotelteam sowie diverse Partner gleichermaßen in der Verantwortung, die Nachmittage zu einer spaßmachenden, sicheren und interessanten Veranstaltung werden zu lassen. Die Monatstreffen werden schriftlich von den Kindern in einer **Mappe** dokumentiert und von der Presse begleitet. Ein regionales **Netzwerk aus Biolandwirten, Vereinen, Ernährungsberatern, Küchenchefs, Knigge-Experten, Kräuterpädagogen, Förstern, Entsorgungsunternehmen, nachhaltigen Start-Ups sowie Anbauverbänden** sorgt für Abwechslung in der Gestaltung der Themen und Termine sowie dem ein oder anderem **Give-Away.** Alle Partner beteiligen sich durch ehrenamtliches Engagement, manche sogar mit zusätzlichen Spenden (AWG) an dem Projekt.

Die Kinder kommen bereits gut vorbereitet in diesem Projekt an, dank dem Ernährungsführerschein und dem Schulfruchtprogramm durch die Falkensteinschule (Sponsoring durch das Hotel) und mit Hilfe der **Handouts**, die nach jeder „Stunde“ an die Eltern ausgegeben werden, sollen die Themen auch anschließend nachhaltig bis in die Familien hineinwirken.

Am Ende des Projektes werden die Kinder für die Eltern, Pädagogen und die Projektleitung eine Kaffeetafel organisieren – mit selbst gebackenem Kuchen und eigens eingedeckt und serviert. Nach einem kleinen Test erhalten die Kinder ein offiziell durch die Hochschule Heilbronn ausgestelltes

UNSER WIN!-PROJEKT

Abschluss Zertifikat, welche neben der erfolgreichen Teilnahme am 1-jährigen Programm auch die bestandene Prüfung bestätigt. Somit ist dieses Projekt auch sozialpolitisch sehr wertvoll und die jungen Teilnehmer können das Zertifikat sowie das Wissen später im Leben oder sogar bei der Berufswahl nutzen.

Die Vision dahinter ist der Beitrag, den Kindern etwas mitzugeben, damit sie sich zu verantwortungsvollen Erwachsenen entwickeln können und die Natur nicht nur aus dem Videospiel und die Lebensmittel nicht nur aus dem Supermarktregal kennen sondern sich über das Erlebte bald selbst für Nachhaltigkeit einsetzen.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die komplette Erstellung des Konzeptes, Recherche sowie Gewinnung geeigneter Partner, Betreuung, Kommunikations- und Organisationsschnittstelle, Vor- und Nachbereitung der Termine sowie Öffentlichkeitsarbeit liegt komplett bei der Projektleitung des Hotels SCHWARZWALD PANORAMA.

Die Falkensteinschule leistet einen weiteren großen Beitrag, besonders bei der Auswahl der Kinder, der Kommunikation mit den Eltern und der pädagogischen Unterstützung bei der inhaltlichen Gestaltung. Sämtliche Material- und Sachkosten werden vom Hotel übernommen.

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Nach der Findung und Entscheidung für das Pilotprojekt SchwaPa Biokids wurde neben dem Kerngeschäft - dem Betrieb eines Hotels - viel Arbeit und Energie in das Konzept und dem Aufbau von Netzwerken sowie Festlegung passender Inhalte sowie Termine gesteckt. Die lokale Presse war bei der Vertragsunterzeichnung vor Ort und hat am 11.5.2019 über das Projekt berichtet. Sponsoring-Ware von Bioland, Demeter, Beefoodwraps wurde organisiert als Give-Aways für die Kinder, T-Shirts werden angefertigt und letzte Sitzungen mit der Falkensteinschule werden abgehalten.

AUSBLICK

Sofern das Projekt erfolgreich ist (Ende Juni 2020) und die Voraussetzungen weiterhin gegeben sind, ist geplant, dieses Projekt auch weiterhin als Bereicherung für die Kinder der Region anzubieten.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Geschäftsführung

Stephan Bode

07083/ 927 0

info@schwarzwald-panorama.com

Entwicklung Nachhaltiges Bewusstsein

Stephanie Schießl

07083/ 927 485

schiessl@schwarzwald-panorama.com

Impressum

Herausgegeben am 08.08.2019 von

SCHWARZWALD PANORAMA
Rehteichweg 22
Telefon: 07083/ 927 0
Fax: 07083/ 927 555
E-Mail: info@schwarzwald-panorama.com

Internet: www.schwarzwald-panorama.com

SCHWARZWALD PANORAMA
Hotel.Campus.Selfness
BAD HERRENALB