SCHWARZWALD PANORAMA
Hotel.Campus.Selfness
BAD HERRENALB

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2020/2021

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 ... 6

Anreize zum Umdenken ... 9

5. Weitere Aktivitäten ... 12

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden ... 12

Umweltbelange ... 14

Ökonomischer Mehrwert ... 17

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption ... 19

Regionaler Mehrwert ... 19

6. Unser WIN!-Projekt ... 21

7. Kontaktinformationen ... 26

Ansprechpartnerin / Ansprechpartner ... 26

Impressum ... 26

1. Über uns

UNTERNEHMENSDARSTELLUNG

Im **4-Sterne-Superior Hotel SCHWARZWALD PANORAMA** verfolgt Hüter & Geschäftsführer, **Stephan Bode**, seit 9 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.

In den Vorjahren stabile sowie wachsende Kennzahlen sind für 20/21 auf Grund der Pandemie weder vergleichbar noch sinnvoll in der Erfassung, da die letzten 2 Jahre von unvorhersehbaren monatelangen Schließungen und damit einhergehenden Fluktuationen geprägt waren.

Die Kennzahlen im Überblick aus dem Jahr 2019:

- **Jahresnettoumsatz** 5.600 T€
- **Mitarbeiteranzahl** 70
- durchschnittliche **Jahresauslastung** 71%
- **Revpar** 84,00 €

Im Jahr 2020 wurde das Hotel für den **Umweltpreis Baden-Württemberg** (Kategorie Handel & Dienstleistung) nominiert und im Jahr 2021 erhielt das Unternehmen die Auszeichnung Platz 1 des „**european green award**“ (Kategorie Small Hotels <100 rooms). Persönlich ist **Stephan Bode** bereits 2009 mit dem renommierten **B.A.U.M- Umweltpreis** für sein nachhaltiges Engagement ausgezeichnet worden und wandelte bereits 2006 ein konventionelles Tagungshotel mit 158 Zimmern in ein klimaneutrales Bio-Hotel unter Berücksichtigung von 100% ökologisch zertifizierten Speisen um.

Die Teilzeitstelle „**Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein**“ wurde 2021 zu einer **Vollzeitstelle** erweitert. Stephanie Schießl ist u.a. als Gastdozentin im Fach Nachhaltigkeit tätig (DHBW Ravensburg).

Jahr für Jahr konnte das SCHWARZWALD PANORAMA eine äußerst positive Entwicklung vorweisen, die auf eine **zukunftsorientierte**, **ganzheitliche** und **nachhaltige Unternehmensausrichtung** zurückzuführen ist. In allen 4 Dienstleistungsbereichen *Logis, CAMPUS, Gastronomie, Selfness/Wellness*, ist **Nachhaltigkeit** in der **gesamten Wertschöpfungskette** verankert und als **gelebtes Konzept** integriert. Die aktuell über 250 Maßnahmen werden kontinuierlich in einem **Umwelttagebuch** erfasst, überwacht und gemäß KVP optimiert. **Gäste- sowie Mitarbeiterbindung/-findung** auf Grund der Philosophie sind wichtige Indikatoren und bestätigen mit steigender Tendenz, dass das Konzept stimmt.

Meilensteine der nachhaltigen Entwicklung sind Kooperationen mit Bioland, Tour Cert, fairpflichtet, Green Sign, Schmeck den Süden, Green Pearls, Climate Partner, Umweltakademie Baden-Württemberg, Hochschule Heilbronn, DHBW Ravensburg, Global Family, Dr. Hauschka, AWG Calw, NABU, PETA und Greenpeace.

Unser **corporate carbon footprint** (THG Bilanz) **reduziert** sich jährlich und seit 2019 sind wir durch Ausgleichszahlungen in anerkannte Klimaschutzprojekte für entstandene Restmissionen **klimaneutral**.

ÜBER UNS

Die Selbstverpflichtung zum **DNK** und die Unterzeichnung der **WIN Charta** sind elementare Träger und gleichzeitig Treiber der nachhaltigen Philosophie. Der WIN – Bericht fungiert als unser CSR-Report.

Wir sind durch unser sorgsam ausgewähltes Lieferantennetzwerk eng mit der **Region** verbunden und wirken auch weit über die Hotelräumlichkeiten als **Impulsgeber** und **Changemaker**.

Unser Ansatz, **Nachhaltigkeit** als **Qualität und Mehrwert**, weniger als Verzicht zu interpretieren, soll gemeinsam mit unserem **gelebten** Konzept, helfen, das **Kollektivbewusstsein** für die Gesellschaft der Zukunft zu drehen hin von „grüner Ökologie“ zu „blauer Ökologie“ (These M. Horx). Wir möchten Teil der Lösung sein und nicht Teil des Problems und schreiten durch unser Handeln **proaktiv** voran, teilen unsere **best practices** bewusst mit Branchenkolleg*innen und setzen auf **Resonanz** und **Resilienz**.

Die aktuellen Hauptprojekte **„Umwandlung einer Bestandsimmobilie zu einem energieautarken klimapositiven Unternehmen“** sowie **„ Umbau aller Zimmereinheiten nach dem C2C-Prinzip“** werden in den kommenden 2-3 Jahren all unseren Fokus beanspruchen und lösen bereits jetzt Begeisterung aus.

„Sei du selbst die Veränderung, die du dir wünschst für die Welt“
Mohandes Karamchand Gandhi



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, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

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

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 Mitarbeitende 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 http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig .

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: biodiverser Artengarten namens NASCHGARTEN

SCHWERPUNKTBEREICH:

☐ Energie und Klima
☒ Ressourcen
☒ Bildung für nachhaltige Entwicklung
☐ Mobilität
☐ Integration

Art der Förderung:

☒ Finanziell ☒ Materiell ☒ Personell

Umfang der Förderung: 40h konzeptionelle Ausarbeitung, Recherche Biodiversitätsprogramm, Beetbeschilderung aus Upcycling Workshops, 20.000€ Garten- und Landschaftsbau inkl. Bepflanzung, 40 h person. Aufwand der Hausmeisterei für Pflege, Bewässerung, 20 h Fotoaufnahmen & Integration Homepage (Marketing), ehrenamtlicher Support von Landwirten, Biologen, Imkern, NABU

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 Mitarbeiterzufriedenheit und Schaffung neuer Mehrwerte, um eine **langfristige Bindung und Findung** bzw. eine -im mittlerweile weltweiten Wettbewerb- Attraktivität zu gewährleisten, damit alle Positionen qualitativ sowie quantitativ besetzt werden.

- Leitsatz 12: **Anreize zum Umdenken**

Die Themenstellung *Anreize zum Umdenken* ist bei unserem Konzept bereits auf natürliche Weise gegeben und wir verstehen uns auch in der **Verantwortung als Impulsgeber** bei ca. 40.000 Übernachtungen im Jahr. Als **touristisches** Unternehmen sind wir auf eine **intakte Um-Welt** angewiesen, da ohne angenehme Umgebung, intakter Natur und hohen Erholungsfaktoren keine Buchungen.

Unsere innere Haltung zu **green growth** verlangt einen pflichtbewussten und vorbildlichen Umgang im Hinblick auf die SDG's und ein gelebtes Konzept, welches auch bewusst mit Branchenkolleg*innen geteilt wird, um möglichst viele Nachahmer der **best practices** und damit weitere ECO-isten zu „ziehen".

Wir sind als Hotel **anwendungsorientiert** und setzen gezielt auf den Schneeballeffekt. Unsere Mission ist nicht zu missionieren, mehr zu inspirieren und durch **Erlebnis** und **WOW- Effekt** gleichermaßen Gäste, Mitarbeiter, Lieferanten, Region und Branche abzuholen und mitzunehmen.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

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.

Deutlich gelebt wird der bewusste Verzicht auf starre Hierarchien und vorgegebene Standards, wie man zu funktionieren hat und es wird ein hohes Maß an Freiheit in der Gestaltung eigener Aufgaben und Möglichkeit einer individuellen Persönlichkeitsentwicklung gegeben. Eines der Kernpunkte der Philosophie ist das Thema *Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein* und *Gesundheit*, mit welchem sich viele Menschen immer mehr identifizieren - was die einzelnen Teams bei uns können und sogar sollen.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Aktives Employer-Branding (Imageanzeigen, ***TALENTHELDEN*-Broschüre**)
- **WELCOME - Package** vor Arbeitsantritt inkl. **Schnuppernacht**, Hotelquiz und Willkommensgruß
- Onboarding: Hausführung am 1. Arbeitstag mit follow up Gespräch, crossover- & on-the-job-training
- Großes **Benefitprogramm** mit zahlreichen Vergünstigungen intern & extern im Handel, im Gesundheits-, Altersvorsorge-, Dienstleistungs-, Freizeit-, Beherbergungs-, Reise- und Kulturbereich
- ***Selfness2U*** - Workshop (Yoga, Meditation, Ernährung) 1x monatlich während der Arbeitszeit
- **GIVEbox** und **Schnäppchenmarkt**
- Teambuilding-Incentives und betriebliche Feste
- Hohe **Transparenz** der betrieblichen Vorgänge über regelmäßige Mitarbeiterversammlungen und Infobriefe („SchwaPa Essenz“ 4x/ Jahr)
- **Veggie Day** (Mittwochs) in der Kantine
- Lohnerhöhungen, Nachtzuschläge, Teildienstzuschläge, Urlaubs- und Weihnachtsgeld
- Ausschüttung von „**Kopfgeld**“-Prämien für Mitarbeiter für die Vermittlung neuer Kolleg*innen
- Qualitativ hochwertige **Uniformbereitstellung** sowie **Reinigung**
- Großzügige Tageslichtbüros mit maximaler Besetzung 3 Arbeitsplätze und ergonomischem Mobiliar
- **Mitarbeiterbefragung** & **Vorschlagswesen**
- Gratis **Massagegerät** (Kantine)
- **Azubi-Austausch-Netzwerk** mit anderen Hotels
- Individuelle technische Ausstattung (z.B. Laptop, Handy, Ordermen, Homeoffice)
- **Schulungen** im Bereich Nachhaltigkeit (z.B. Energie, Müll, Bio, Papier, Klimaschutz)
- Nutzung der **e-Ladestationen**
- Geburtstagsgeschenk
- Individuelle **Sonderprämien** (Bonus, Hotelgutscheine, Sachgeschenke, Sonderurlaub)

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Maßnahmen wurden über die letzten Jahre stets erweitert und alle o.g. Maßnahmen sind derzeit aktiv.

Durch den hohen Wettbewerb um die Ressource „Mitarbeiter“ in der Branche sowie mittlerweile branchenübergreifend und international, sind Arbeitgeber gefragt, innovative neue Benefitprogramme anzubieten und im regen Dialog mit Mitarbeitern über deren Wünsche und Anregungen zu stehen. Dazu haben wir 2021 eine umfassende Mitarbeiterbefragung durchgeführt und sind derzeit in der Umsetzungsphase vieler dort genannter Aspekte.

Die Pandemie hat bei uns, wie vielerorts, große Löcher in den bestehenden Teams hinterlassen, da Mitarbeiter wegen der langen Schließungen in geöffnete Branchen abgewandert sind. Die Teams wurden bis auf ein paar Ausnahmen alle nachbesetzt und wachsen nun zusammen.

Die Anzahl der Quereinsteiger ist gestiegen, ebenfalls die Anspruchshaltung der Arbeitnehmer, was beides zu Herausforderungen aber auch Chancen für den Betrieb führt. Bei jungen Auszubildenden im Bereich Veranstaltungsmanagement ist eine sehr theoretische Wahrnehmung des Berufes aufgefallen, welche sich mit den tatsächlich pragmatischen Aufgaben dieses Berufsbildes nicht deckt. Eine weitere Herausforderung ist die Lage und Idylle des Ortes, welche zwar für Urlaubgsgäste und Ruhesuchende als attraktiv erscheint, jedoch für junge Menschen oft nicht die erste Wahl als Wohn- und Arbeitsort ist.

















UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Welcomepackage und Hausführungen

- 49 Mappen wurden versandt und 21 Hausführungen wurden durchgeführt

Indikator 2: Lohnanpassungen

- über 42 Lohnanpassungen wurden vergeben (= ca. 67%)

Indikator 3: Benefits

- 5 neue Benefits wurden ins Programm aufgenommen

Indikator 4: „Kopfgeld" - Prämien

- knappe 6.500 € bzw. ca. 11x „Kopfgeld" an Mitarbeiter, die Mitarbeiter geworben haben

AUSBLICK

Wie bereits in Ergebnisse und Entwicklungen erwähnt, gilt es neben der andauernden und kreativen Mitarbeiterakquise (z.B. über **LinkedIn**) den Fokus auf die neue „Herdenzusammensetzung" und das **Teambuilding** zu legen. Das sinnvolle und faire Ausbalancieren der Gestaltung von Dienstplänen, Aufgabengebieten und Erholungsphasen sowie die Waage zwischen Toleranz und Geduld gegenüber Quereinsteigern und/ oder neuen Teammitgliedern mit bestimmten vielleicht ungewöhnlichen Anforderungen mit den Erfordernissen der Branche und den Traditionen eines langjährigen Teams zu sichern, sind wichtige Punkte für eine Wohlfühlatmosphäre und Stabilität. Das Thema **eigene Personalwohnungen** wird auf dem knappen Wohnungsmarkt nach wie vor eine Herausforderung bleiben, welche wir dauerhaft verfolgen, in der Hoffnung auf ein geeignetes Objekt zum Kauf/Miete.

Die Erweiterung der **Namensschilder** mit individuellen **Sprachkenntnissen**, soll zum einen die hohe diversity im Unternehmen zeigen, zum anderen die Gastkommunikation im 3-Länder-Eck erleichtern. Auch für 2022 ist erneut eine große **Mitarbeiterumfrage geplant.** Fortgeführt werden spezifische **Schulungen** im Nachhaltigkeitsbereich pro Abteilung 1x Quartal sowie das interne monatliche **Achtsamkeitstraining** „Selfness2U".

Innerbetriebliche Kurse wie **1. Hilfe, Brandschutz** und **Gesundheitstrainings** werden terminiert.

Ein **Gemeinwohlprogramm** sowie die Organisation des neuen **Benefits**, nicht gebuchte Wellness-Termine als Gratis Massagenangebot für Mitarbeiter anzubieten, sind als Zielsetzung im HR für 2022 definiert. Des Weitern soll ein **Azubibeauftragter** gefunden werden, der sich u.a. für einen **Azubi-Austausch** mit Partnerhotels sowie **Schulungsausflüge** einsetzt.

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 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/ Aufzeigen sog. „best practices“ vermittelt wird. Mittlerweile verzeichnet das eigens konzipierte „Umwelttagebuch“ über 250 Aspekte in den 3 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 bewusste 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.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- „**Klimasau**“ am Empfang zur freiwilligen Kompensation der Restemissionen für Individualgäste
- Umfangreiches **Schulungsangebot** abteilungsspezifisch/ übergreifend (z.B. Müllschulung)
- „**Ecoboard**“ mit monatlich wechselnden Umweltthemen und Handouts für zu Hause
- DVD-Verleih nachhaltiger Filme, Magazinecke nachhaltiger Zeitschriften
- Saisonkalender, Bio-Schulungen, Reste-Kochbücher und Ernährungstipps in der Kantine
- **Öffentliche Sammelstelle** von **SinnLicht** (Recyclingwachs – Kerzenmanufaktur) und Sammlung aller Wachsreste des täglichen Restaurantbetriebes inkl. Verkauf der daraus neu gegossenen Kerzen
- Übergabe von Aktenschredder – Papier an Onlineshops als Füllmaterial für Versandpakete
- **Öffentliche NABU – Kork – Sammelstelle** und Sammlung im täglichen Restaurantbetrieb
- Einführung der **GIVEbox** und der **Kleiderstange** 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*** inkl. Mülltütle, Klimabuch & ***GreenTour***
- Teilnahme an **Aktionstagen** wie z.B. N! Tage, Einheitsbuddeln, Earth Hour, Veganuary
- Einführung des Veggietages und Information Zusammenhang Gesundheit – Klima – Vegetarier
- **Gäste-Leitfaden** für nachhaltigen Urlaub auf den Zimmern
- **Internes Upcycling** – Programm & Nutzung vorhandener Ressourcen (z.B. Eierbecher aus Altglas)
- **Feedbackbox** als Instrument zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

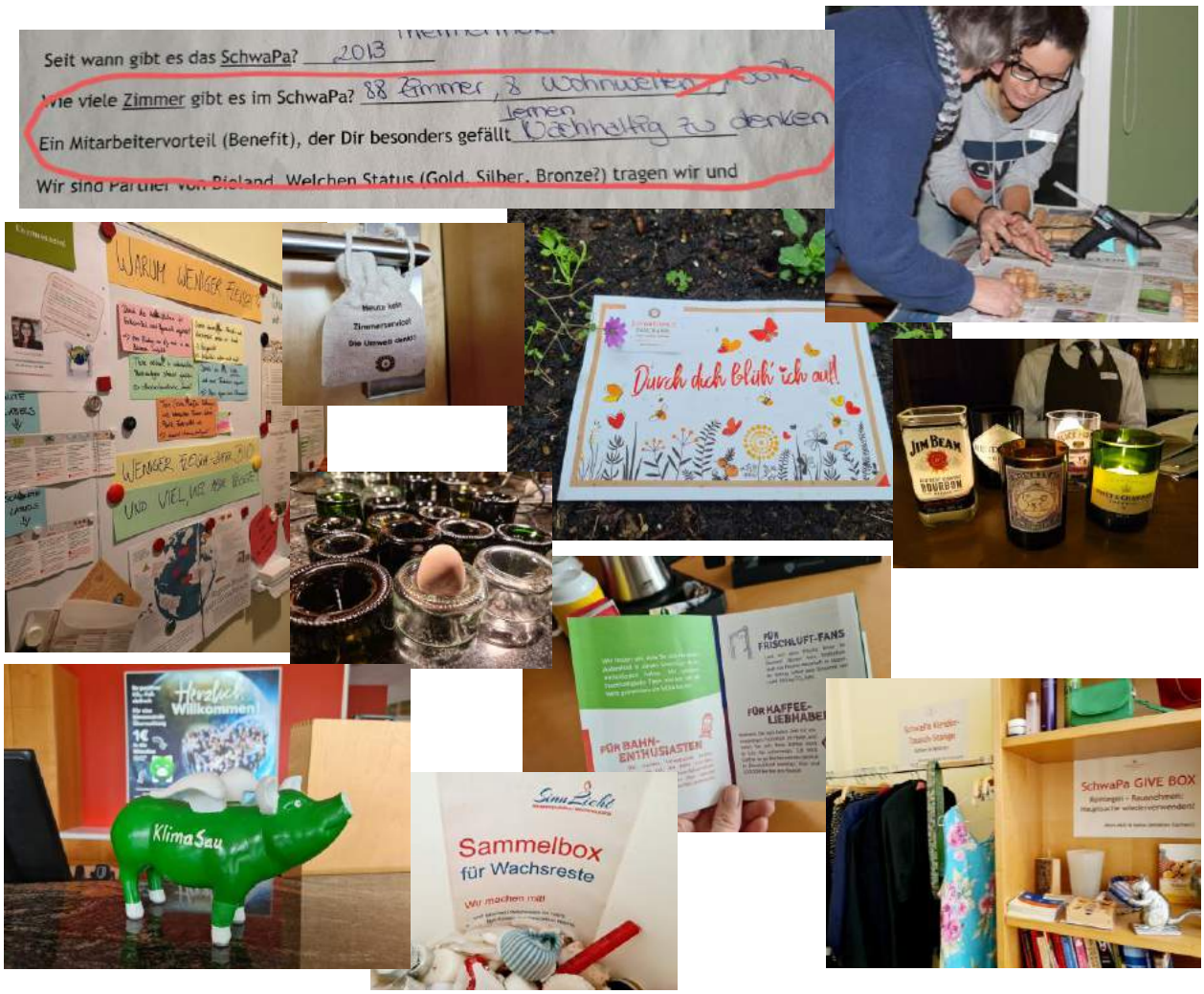
Die Maßnahmen wurden über die letzten Jahre stets erweitert und alle o.g. Maßnahmen sind derzeit aktiv.

Die Wahrnehmung der Gäste über unser nachhaltiges Engagement wird vermehrt in den öffentlichen Bewertungsportalen positiv erwähnt. Auch im Recruiting oder bei öffentlichen Auftritten (z.B. Gastvorlesungen) wird verstärkt ein starkes Interesse, insbesondere der GEN Y und Gen Z Generation an unserem nachhaltigen Konzept als ausschlaggebendes Kriterium für Bewerbungen zurückgemeldet.

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

Gäste fotografieren schöne Ideen ab und verbreiten diese weiter auf ihren Social Media Kanälen. Auch Branchenkolleg*innen verbreiten fleißig unsere gute Ansätze in den eigenen Hotels. Das diesjährige erfolgreiche Green Sign Tourism Camp im SCHWARZWALD PANORAMA war mit ca. 100 Teilnehmern ein absolutes Highlight an Vernetzung der nachhaltigen Akteure im deutschlandweiten Tourismus.

Schön war auch das Feedback der HWK, welche dank einer Anregung von uns, nun ein Streuobstwiesenprojekt initiieren werden mit ihren Bewohnern.



UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

INDIKATOREN

Indikator 1: Umwelttagebuch

- über 250 Maßnahmen erfasst

Indikator 2: Wachsspenden

- mind. 40 kg Wachs/ jährlich

Indikator 3: Korksammlung

- mind. 5,5 kg Kork/ jährlich

Indikator 4: Green Day Arrangements

- 74 x gebucht



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 Mitarbeitern 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.

Alle Maßnahmen sollen weitergeführt werden, was bereits enorme Kapazitäten fordert. Da in den letzten beiden Jahren Corona bedingt nur wenige Aktionstage stattfinden konnten, soll für 2022 auf jeden Fall mind. 1 **Aktionstag** wie z.B. Waldputze durchgeführt werden.

Der geplante **Umbau aller Zimmereinheiten nach cradle-to-cradle** wird den Großteil unserer Kapazitäten in 2022/2023 in Anspruch nehmen und gleichzeitig einen übergeordneten Superanreiz zum Umdenken bei Mitarbeitern, Gästen und der Region auslösen, da dieses Konzept, die Recherche der Materialien sowie die Umsetzung einen komplett neuen Benchmark platziert. Dies beinhaltet auch einen neuen Ansatz in der Gastkommunikation, um das nachhaltige Engagement des Hauses ausgeprägter darzustellen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden

LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Geschlechtliche Gleichstellung, Chancengleichheit, Anti-Diskriminierung
- Internationalität und **hohe diversity**
- **Brandschutz**-, **Sicherheits**- und **Umweltbeauftragter**
- Hohe **Transparenz** der betrieblichen Entwicklungen
- Umfangreiches großzügiges Corona-Hygienekonzept (u.a. Masken, Tests)





Ergebnisse und Entwicklungen:

- ca. 27 Länder und 19 verschiedene Sprachen (unterliegt der Fluktuation)
- ca. 54,83 % / 45,17 % Frauen/ Männer (unterliegt der Fluktuation)
- ca. 69 % / 31 % „jüngere“ Teammitglieder/ „ältere“ Teammitglieder (unterliegt der Fluktuation)

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- Individuelle Fort- und Weiterbildungen werden weiterhin angeboten

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Gastro-Partner (**GOLD**) von **Bioland**; Support lokaler Bauern, Produzenten und Lieferanten
- Kooperation mit **Global Family Charity** Resort (Spende eines Aufenthaltes)
- Unterstützung sozialer und ökologischer **Klimaschutzprojekte** weltweit via Climate Partner

WEITERE AKTIVITÄTEN

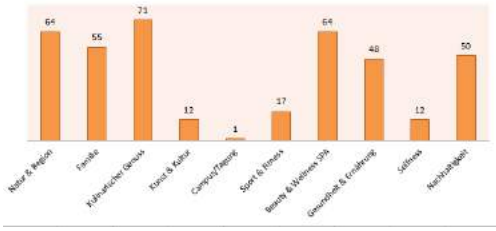
- Förderung **regionaler Künstler** und **Vereine** durch Verkauf ihrer Produkte
- Förderung der **Artenvielfalt** im Naschgarten (Anspruchsgruppe Tier)
- Support Student*innen bei **Bachelor- und Masterarbeiten**, Bildungsarbeit **Hochschulen**
- **Gästezielgruppen**: Wanderer, MTB, Heilfaster, Veganer, Vegatarier, LOHAS, Allergiker, Tagungen, Konferenzen, Meetings, Seminare, Events, Familienfeiern, Hochzeiten, Gourmets, Hundebesitzer, Wellness- & Selfnesssuchende, Geschäftsreisende, Individualurlauber
- **Messeauftritte**
- Einbezug der **Region** & hohe Transparenz in der **Öffentlichkeit** (Newsletter, Clippings, Homepage)
- **Pharmakodez**-zertifiziert, Mitgleid **BDTV**
- **Ausbildungsbetrieb** mit dem Wunsch nach 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“



























WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Global Family wurde während der Pandemie um das CoronaHeroes – Programm ergänzt
- Bioland GOLD Status wurde Ende 2021 erneut bestätigt
- Bewertungsportale haben gelitten unter dem Frust von Gästen über unlogische Coronaauflagen
- 5 Auszubildende

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- **Azubibeauftragter**
- Aufenthalt einer Familie über GFCR
- Erstmalig **100% vegetarischer (& großteils veganer) Brunch** in 2022

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Umfangreiches **ReDUCE** Konzept (z.B. Reduktion von Verpackungen in allen Abteilungen bei versch. Produkten/ Prozessen; Kooperationen wie ReFill my bottle; Ersatz von Kauf zu DIY)
- Umfangreiches **ReUSE** Konzept (z.B. Mehrweg-/ ReFill – Systeme, Upcycling oder Kooperationen mit SinnLicht & NABU Korkkampagne, GiveBox)
- Ausbau **Digitalisierung** an der Rezeption (Angebote, Meldescheine, Rechnungen)
- **Wasserstoptasten** Gästebäder, Sensortechnik öffentliche Waschräume
- Automatisierte **Bewässerungsanlage** der Gartenanlagen vor dem Hotel
- Hohe **Müllsortentrennung**: Rückführung in den Recyclingkreislauf von Bio, Papier, Plastik, Glas
- **Schadstoffsammlung** & Sammlung sonstiger Wertstoffe wie Metall, Elektroschrott, Batterien, LED
- **Reinigungsmitteldosieranlage** (Vermeidung Belastung Grundwasser durch Überdosierung)
- Deckung nahezu aller Papierprodukte mit **100% Altpapier** „Blauer Engel“ (inkl. Toilettenpapier)
- Einführung einer **Bruchliste** zur Sensibilisierung der Mitarbeiter und Verringerung von Bruch







WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Hybridfirmenwagen sowie 4 e-Ladestationen haben sich bewährt
- „Gastro-Gebinde“ (in Bioqualität) von Lieferanten z.T. nicht zufriedenstellend (zu klein, zuviel Müll)
- „biologisch abbaubare“ Produkte wie Buffethandschuhe, Laundry bags, Strohhalme oft ein Problem, da Entsorger diese ungern in der Biotonne sehen, was eigentlich das Ziel dieser Produkte ist
- Verzicht auf To Go Becher konnte unseren Gästen gut vermittelt werden
- Wiederverwendung einseitig bedrucktes Papier zum beidseitigen Druck ist Routine geworden
- Erfolg des Angebotes *Zimmerreinigungsverzicht* (Lavendelsäckchen-Aushang an Tür) mit ca. 30%
- Uniformservice: Mehrweg-Kleidersäcke aus Stoff gute Alternative zu Einwegplastikschutzfolien
- Pfandkisten-System mit Trockeneis gute Alternative zu Styroporboxen (Fisch- und Fleischlieferung)

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- **Digitalisierung** weiter erhöhen in allen Abteilungen
- Verkleinerung der Signatur, um unnötige Ausdrucke zu reduzieren
- Beidseitiger Druck bzw. Verzicht Ausdruck letzte Seite muss weiter forciert werden
- ReFill- bzw. Mehrwegsystem für Badezimmerkosmetikspender vom Lieferant erwartet
- **Bewässerungsanlage** im Naschgarten für effektivere Versorgung der Bepflanzung angedacht
- Firmenwägen werden durch **Elektrofahrzeuge** ersetzt

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

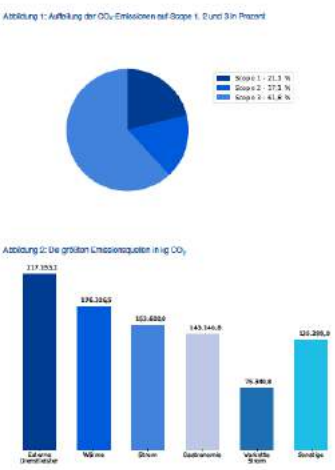
- Jährliche Erstellung der **THG Bilanz** mit **Analyse** weiterer Reduzierung der Restemissionen
- **Klimaneutralität** durch **Kompensation** der Restemissionen in 3 **Klimaschutzprojekte**
- Bereitstellung **e-Ladestationen (4)** in der Tiefgarage
- **Shuttleangebot** des Hotels zum/vom Bahnhof zur Motivation Anreise mit der Bahn
- Angebot einer Kompensation der Anreise via **Anreiserechner** auf der Homepage
- Ausgabe der **KONUS Karte** (innerhalb Kurtaxe) zur gratis Nutzung Öffi‘s
- **Sonderticket** DB für MICE-Gäste







WEITERE AKTIVITÄTEN







Ergebnisse und Entwicklungen: (Bezug auf 2019, da aufgrund der angeordneten Lockdowns die aktuellen Zahlen nicht aussagefähig sind)

- Reduktion der Restemissionen von 47,19 kg CO2/ ÜN in 2018 auf 22,55 kg CO2/ ÜN in 2019
- Kompensation von 3.428.800 kg CO2 seit 2013 via Climate Partner in unsere Klimaschutzprojekte
- Strom & Wärme: 55% Ökostrom sowie aus dem BHKW der Klinik
- Installation von Bewegungssmeldern und Standby-OFF-Schaltern, sukzessiver Austausch zu LED
- Handtuchregel hat sich bewährt zur Reduktion von Wäscheaufkommen
- Verzicht auf Klimaanlagen und Empfangsbeleuchtung konnte unseren Gästen gut vermittelt werden
- Jährlicher Energieaudit der KEFF Karlsruhe wurde Corona bedingt ausgesetzt

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- Energie- und wäremesparendes Konzept beim **Großprojekt** *Umbau der Zimmereinheiten C2C*
- Weitere **Reduktion** der **Emissionen** und **Ausbau Bewegungsmelder**

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Hohe **Transparenz** durch Veröffentlichung THG Bilanz, WIN Charta etc u.a. auf der Homepage
- Ausgeprägte **Feedbackkultur** über Bewertungsportale und Gästefragebögen
- Kontinuierliche **Prozessoptimierung** und **Monitoring** der Maßnahmen
- 90% aller Speisen & Getränke in **Bio**qualität (auch als **aktiver Beitrag** zum **Umwelt-/Tierschutz**)
- Saftangebot ausgebaut mit Apfelsaft von **regionalen Streuobstwiesen**
- Unterstützung der **Bruderhahn-Initiative** durch Bezug von Eiern teilnehmender Landwirt*innen
- Klassifizierung der Qualitätsinitiative „**Schmeck den Süden**“ (regionale Produkte)
- **Plastikfreies** Frühstücksbuffet, Lunchpakete sowie Energiepausen
- **Vorbeugung Lebensmittelverschwendung** durch Forecasting, Menüplanung, Resteverwertung

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Spende von großen Mengen Lebensmitteln an **Foodsharing** während der **Lockdowns**
- **Beschaffung**: bevorzugt **biologisch abbaubare** und/ oder aus **nachwachsenden** Rohstoffen (Kaffeekapsel, Buffethandschuhe) sowie **recycelten** Materialien (Kulli's, Kerzen, Papierprodukte)
- **Hauseigenes Müll-ABC** mit Müllarten aus der Hotellerie & **5-sprachiger Müllraum**
- **Fundsachenspende** an hauseigene GiveBox und Kleiderstange anstatt Entsorgung
- **Ökologische Textilien**: EU-Ecolabel zertifiziert (Tischwäsche, Bettwäsche, Uniform)
- **Ökologische Reinigungsmittel**: EU Ecolabel zertifiziert (Ecolab)
- **100% Naturkosmetik**, Tierversuchs- und MikroplastikFREI
- Beteiligung an ***fair*pflichtet** (Nachhaltigkeitskodex der dt. Veranstaltungsbranche)
- **Nachhaltige Rahmenprogramme** im CAMPUS (z.B. Apfelsaften oder Waldputze)
- Einheitliches CI & CD als Wiedererkennungswert und Aufbau der Marke
- **Proaktive Aufforderung** der **Lieferanten** zu **mehr Nachhaltigkeit** (z.B. Mewa, ADA, Delta, Ecolab)







Ergebnisse und Entwicklungen:

- Gäste lieben das *zero waste Frühstücksbuffet* und fotografieren u.a. den Butterspender
- Mülltrennung funktioniert mittlerweile dank des Müll-ABC's, der Müllschulung und des 5-sprachigen Müllraumes fast fehlerfrei



Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- Start des **Großprojektes** *Umbau aller Zimmereinheiten nach C2C*
- **Gästezufriendenheit** konnte trotz der allgemeinen Unzufriedenheit und Übersensibilität der Gäste (Corona/ politisch bedingt) stabil gehalten werden

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- **Green Growth** (Wachstum & Umweltschutz), gesicherte **Liquidität** und **Bonität**
- Stabilisierung der vorhandenen sowie Schaffung weiterer **Arbeitsplätze**
- Sicherstellung langfristiger **Investitionsplan** und **hohe Investitionsbereitschaft**
- Permanente **SEO & SEM Optimierung** sowie **Erweiterung** und **Aktualisierung** der **Homepage**

WEITERE AKTIVITÄTEN

- Kontinuierliche **Instandhaltung** & **Wartung** der **Immobilie**
- 1. Platz **European Green Award** 2021 Kategorie „small hotels“
- **Nominierung Umweltpreis Baden-Württembergs 2020** Kategorie *Handel & Dienstleistung*
- Zahlreiche Clippings in örtlichen sowie **überregionalen Magazinen** & **Onlineveröffentlichungen**
- **Green Sign Level 5** (höchstes Level der nachhaltigen Zertifizierung; Vorbildcharakter)
- Aufnahme in die **Datenbank** „Veranstaltungs- und Tagungslocations“ des **Umweltministeriums**
- Listung greenconferencehotels.com



Ergebnisse und Entwicklungen:

- **Coronaversprechen** zu **schnellen** und **unkomplizierten Hilfen** wurden z.T. nicht - wie großzügig von Politik angekündigt - eingehalten und in 2022 für das 1. Halbjahr 2021 immer noch nicht ausbezahlt; Ausgleichszahlungen wurden wegen kleinlichen Centbeträgen komplett verwährt
- Investitionen i. H. v. 250T€ wurden trotz Corona getätigt z.B. der Ausbau der Spaterrasse inkl. Möblierung, Teppicherneuerung CAMPUS
- Arbeitsplätze bleiben trotz Corona erhalten, keine Corona bedingten Kündigungen
- Erkennbar erhöhte Attraktivität für Bewerber durch nachhaltige Ausrichtung

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- Start des **Großprojektes** *Umbau aller Zimmereinheiten nach C2C*

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Integration von **tablets** auf allen Gästezimmern zur Vermeidung von Papiermüll (Digitalisierung Gästemappe) & altmodischen Telefonanlagen und zur verbesserten Gästekommunikation
- Integration multifunktionaler **weframe – Boards** (3) im CAMPUS u.a. für hybride Meetings
- Aufbau eines **Netzwerks** mit **Startups** wie SNYCE, plantvibes, recable, colorswell oder oceanmat zur Integration nachhaltiger Produkte im Hotel als **Referenzobjekt**
- Ziegen als Landschaftspfleger
- Kooperationen mit regionalen Biokisten-Lieferdiensten an private Haushalte (Beilage Broschüren)

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Weframe Boards: bei traditionell arbeitenden Referenten Berührungs-/ Bedienängste
- Befüllung der ReFill Marker von Neuland hat sich eingespielt, wenn auch zeitaufwendig
- Butterspendemaschine nach wie vor ein innovativer Eyecatcher beim Frühstück für Gäste

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- Tablets können noch besser genutzt werden für cross- und upsell, Funktionen nicht alle umgesetzt

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- **Stabilisierung** und **Ausbau** der **regionalen Wirtschaftskreisläufe**

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Gut funktionierendes Netzwerk regionaler Dienstleister, Lieferanten & Handwerk
- Sehr wahrscheinliche Platzierung des Auftrages für das Großprojekt *Umbau aller Zimmereinheiten nach C2C* bei einem Unternehmen im Südschwarzwald

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Für uns kein wesentliches Thema und nicht relevant

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser WIN Projekt 2020/2021: ein **biodiverser Artengarten** namens NASCHGARTEN
- **Engagement lokaler Musiker** für gastronomische Events (Brunch, BBQ, Silvester, Sommerfest)
- Nachhaltige und regionale **Rahmenprogramme** im CAMPUS wie z.B. Ziegentrekking, Apfelsaften

WEITERE AKTIVITÄTEN

- **Unterstützung regionaler, karitativer Einrichtungen** durch Spenden oder Verkauf von Produkten (Hospizverein BH, SinnLicht, Seniorenheim Karlsbad, Tagespflegestation BH, Hand in Hand e.V.)
- **Support regionaler Freizeit- und Kultureinrichtungen** durch Gastauslage und Empfehlungen
- Teilnahme „**Schmeck den Süden**“ (Verwendung zertifizierter regionaler Produkte)
- Kontinuierliches **Standortmarketing** Bad Herrenalbs und Erhöhung des Bekanntheitsgrades
- Support der Markenbildung **Nordschwarzwald**
- Öffentliche **Wachssammelstelle**, **Korksammelstelle**, **ReFill my bottle – Teilnehmer**
- Spende Lebensmittel an **Foodsharing Ettlingen** während der Lockdowns









Ergebnisse und Entwicklungen:

- Corona bedingt vorübergehend weniger Inanspruchnahme von einigen Maßnahmen
- Öffentliche Sammelstellen: trotz Listung auf interaktiven Karten wenig Inanspruchnahme von Bürgern

Ausblick:

- **Weiterführung** der o.g. Maßnahmen
- Vielversprechendes **WIN Projekt 2022** ***Gemeinwohlprogramm*** wird derzeit ausgearbeitet

6. Unser WIN!-Projekt

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

Unser WIN Projekt „SchwaPa Biokids“ aus 2019 war ursprünglich für mehrere Jahre Laufzeit angesetzt. Corona bedingt durfte das aufwendig konzipierte Leuchtturmprojekt nach dem 5. Termin nicht weitergeführt werden, was für alle Beteiligten ein großes Bedauern hervorrief, da Kinder, Eltern, Schule, die Region und auch das Hotelteam enorm viel Freude und positive Impulse dadurch gaben und erhielten. Die vorzeitige Beendigung schließt jedoch eine Fortführung zu gegebener Zeit nicht aus.

Für die Jahre 2020/2021 mussten wir also flexibel und spontan ein neues WIN Projekt aus dem Ärmel zaubern und haben uns für das Großprojekt biodiverser Artengarten namens **NASCHGARTEN** entschieden, um für Gäste, Mitarbeiter, Bürger und Tieren eine **Rückzugsoase** und Beispiel für einen naturnahen Garten zu bieten in Zeiten von Steingärten, Versiegelung und Ziergräsern.

VORHER





DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Die Idee und Recherche für das Konzept sowie die Umsetzung wurde gemeinsam von Stephan Bode (Geschäftsleitung), Stephanie Schießl (Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein) und Garten- und Landschaftsbau Jansen geboren, erbracht und vollzogen.

Der Schwerpunkt bei dem Areal liegt zum einen auf Umweltbildung für Mitarbeiter, Gäste und der Öffentlichkeit sowie auf Förderung der Artenvielfalt. Der Garten ist öffentlich zugänglich und kostenfrei, unabhängig von Inanspruchnahme der Hotelleistungen. Als ein Baustein des Trends From-Farm-to-Fork trägt das Projekt auch zu einem gesunden Menschsein bei. Das Hotel zeigt anhand von handwerklich gut umgesetzten Gestaltungsbeispielen in den Außenanlagen, wie gut sich notwendige Ästhetik eines Hotelgartens mit Funktionalität, aber eben auch naturnaher Gestaltung vereinen lässt, wodurch sich mit dem Artengarten auch zahlreiche Impulse an die Gartenbesitzer in der Region ergeben, z.B. mittels Upcycling gelöste Beetbeschilderungen aus altem Bruchgeschirr, Altglas oder Korken.

Das Terrain der Umgebung wurde geschickt genutzt, so dass die Einzelmaßnahmen am jeweiligen Standort funktionieren und in einem sinnvollen Kontext zueinander stehen, sodass ein richtiggehendes Netzwerk aus Klein- und Mikrohabitaten entstanden ist, was ein Garant für eine hohe Biodiversität ist.

UNSER WIN!-PROJEKT

Ein Spaziergang durch den hoteleigenen SCHWARZWALD PANORAMA Naschgarten ist ein Genusserlebnis für die Sinne. Beeren, Gemüse, Kräuter, **Superfoods** und Vitaminbomben dürfen und sollen aus **Hochbeeten** und von der **Beerenstraße** geerntet werden.

Für das im Frühsommer jährlich platzierte **Bienenvolk** wurde eine **Nektarwiese** angelegt. Der Honig wird anschließend im Lädle verkauft.

NACHHER



ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Die Einsatzmittel reichen von finanzieller Art über personeller Art hin zu materieller Art und belaufen sich auf ca. 20.000€ allein für Gartenbau inkl. Bepflanzung – Arbeitsstunden intern (Hausmeisterei, Entwicklung nachhaltiges Bewusstsein, Geschäftsleitung) noch hinzukommend.

An dieser Stelle möchten wir nochmals DANKE sagen an unsere Unterstützer zu diesem Projekt wie Biohof Reiser, Imker Karl Nofer, Umweltakademie Baden-Württembergs, Ziegen-Landschaftspflege Gentil sowie dem NABU Calw für wertvollen Input und Tatkraft.

Eine eigene Unterseite wurde 2021 für die **Homepage** in Auftrag gegeben und erstellt, um auch in den kühleren Monaten ein Bild vom blühenden NASCHGARTEN zu bekommen:

https://schwarzwald-panorama.com/kulinarium/naschgarten/

UNSER WIN!-PROJEKT























UNSER WIN!-PROJEKT

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN



Neben **zahlreichen Vogelarten** (u.a. Amsel, Bachstelze, Blaumeise, Buchfink, Bunt- & Grünspecht, Haurotschwanz, Kohlmeise, Mönchsgrasmücke, Rotkehlchen, Zaunkönig), die im Gartengelände brüten oder Nahrung suchen, ist vor allem das Auftreten vieler verschiedener **Insektentaxa** positiv zu erwähnen, von welchen insbesondere über ein Dutzend Wildbienen-Arten, etliche Arten der Dipteren, einige Tagfalter sowie verschiedene Heuschrecken-Arten und weitere hier vorkommen.

Rundum eine **äußerst positive Bilanz**, bestätigt durch die Umweltakademie Baden-Württembergs.





Es wurden **Yogasessions** auf dem Deck angeboten, Firmen – **BBQ's** angefeuert, Veranstaltungen um einen **Outdoor – Tagungsraum** ergänzt, Mitarbeiterpausen dort abgehalten und Instagramm Profilbilder erstellt.

Die **Terrassenbestuhlung** des Restaurants wurde auf diesen Bereich ausgeweitet und abends bereichern **Feuerkörbe** die Atmosphäre.



Unser Küchen-, Bar- und Servicepersonal dreht in der Saison allabendlich Runden zur **Ernte** von essbaren Blüten, frischer Mojitominze oder Zitronenmelisse für eine Aromatisierung der Wasserkaraffen.



Gäste naschen von der 25m langen Beerenstraße oder von den Hochbeeten und kommen untereinander ins **Gespräch** über **alte Sorten** und **naturnahe Gärten**.





Eidechsenhaufen, Ohrwurmhäuser, Insektentränken und Nisthilfen, Vogelsandbäder, Futter- und Nisthäuschen sind gut besucht – lediglich die Igelsuite wurde noch nicht bezogen.

UNSER WIN!-PROJEKT

AUSBLICK

Das Projekt Naschgarten bleibt bestehen, wird jährlich gepflegt, neu bepflanzt (Hochbeete) und um weitere Elemente ergänzt (z.B. Benjeshecke, Kompost, Regenwassertank).



Für 2022 ist ein neues WIN Projekt in der Pipeline namens *Gemeinwohlprogramm für Mitarbeiter*.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartnerin / 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 21.12.2021 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

Hat nicht jeder Macht, der etwas MACHT?