

Sinatur Impact Rapport

2022



SINATUR
HOTEL & KONFERENZ

”Engang var vi en hotelvirksomhed,
der arbejdede med ansvarlig drift.
I dag er vi en ansvarlig virksomhed,
der arbejder med hoteldrift.”



April 2023

Indhold

Om Sinatur	4
En stærk gruppe	6
Vores samfundsambition	9
Bedst for mennesker	14
Mad med holdning	24
Forbrug uden spild	32
En tydelig stemme	46
En sund forretning	54

Om Sinatur

Sinatur Hotel & Konference består af seks unikke hoteller, der ligger placeret midt i den smukke danske natur med strand, skov, vandløb, søer og bakkede ådale som nærmeste naboer.

Vi er ejet af Danmarks Lærerforening og lever primært af at levere møde- og konferenceoplevelser med naturen i centrum for organisationer og virksomheder suppleret af weekendophold, festlige anledninger, events og restaurantbesøg.

Siden Sinatur blev etableret som hotelkæde i 2007, har vi arbejdet med udgangspunkt i vores kerneværdier nærvær, gastronomi og natur. De er sidenhen blevet udgangspunktet for vores ambitiøse strategi for at drive hoteller på naturens præmisser.

Engang var vi en hotelvirksomhed, der arbejdede med ansvarlig drift. I dag er vi en ansvarlig virksomhed, der arbejder med hoteldrift. Og mens man i matematikken kan sige, at faktorenes orden er ligegyldig, så gælder det ikke her.

Vi har et hjerte, der banker for det grønne og menneskelige, og er blandt de mest ansvarlige virksomheder i Danmark, som det bl.a. fremgår af vores værdier, samfundsambition og mange certificeringer (se side 12).



En stærk gruppe

Velkommen til Sinaturs impactrapport hvor vi for første gang gør samlet status på vores arbejde for at drive hoteller på naturens præmisser.

I løbet af 2022 havde Sinatur mere end nogensinde før behov for at trække på sit grundlæggende værdisæt i en verdenssituation, der havde ændret sig radikalt over de seneste to regnskabsår.

På tærsklen til 2020 følte vi en stor glæde over de resultater, vi havde opnået i forhold til vores arbejde med ansvarlighed, bæredygtighed og den grønne omstilling. Indsatser der blev bemærket i hele vores værdikæde, og som gav grobund for yderligere positive resultater på samtlige af vores bundlinjer.

Men Covid-19 satte en særdeles uventet ny agenda for hele verdenen og i særdeleshed for vores branche. Vi var gennem en udfordrende og surrealistisk periode, som af helt åbenlyse årsager også påvirkede fremdriften af vores samfundsambition, og de målsætninger vi havde opsat for denne.

Alligevel kan vi med stolthed konstatere, at vi i de seneste år har taget adskillige skridt i den rigtige retning og kommer styrkede ud efter tiden med corona. Ikke mindst er vi glade for, at vi i løbet af 2022 for alvor har fået gæsterne tilbage på vores hoteller, som nu igen summer af liv, og vi glæder os til med ny energi og viden at tage begrebet ansvarlighed til nye højder.

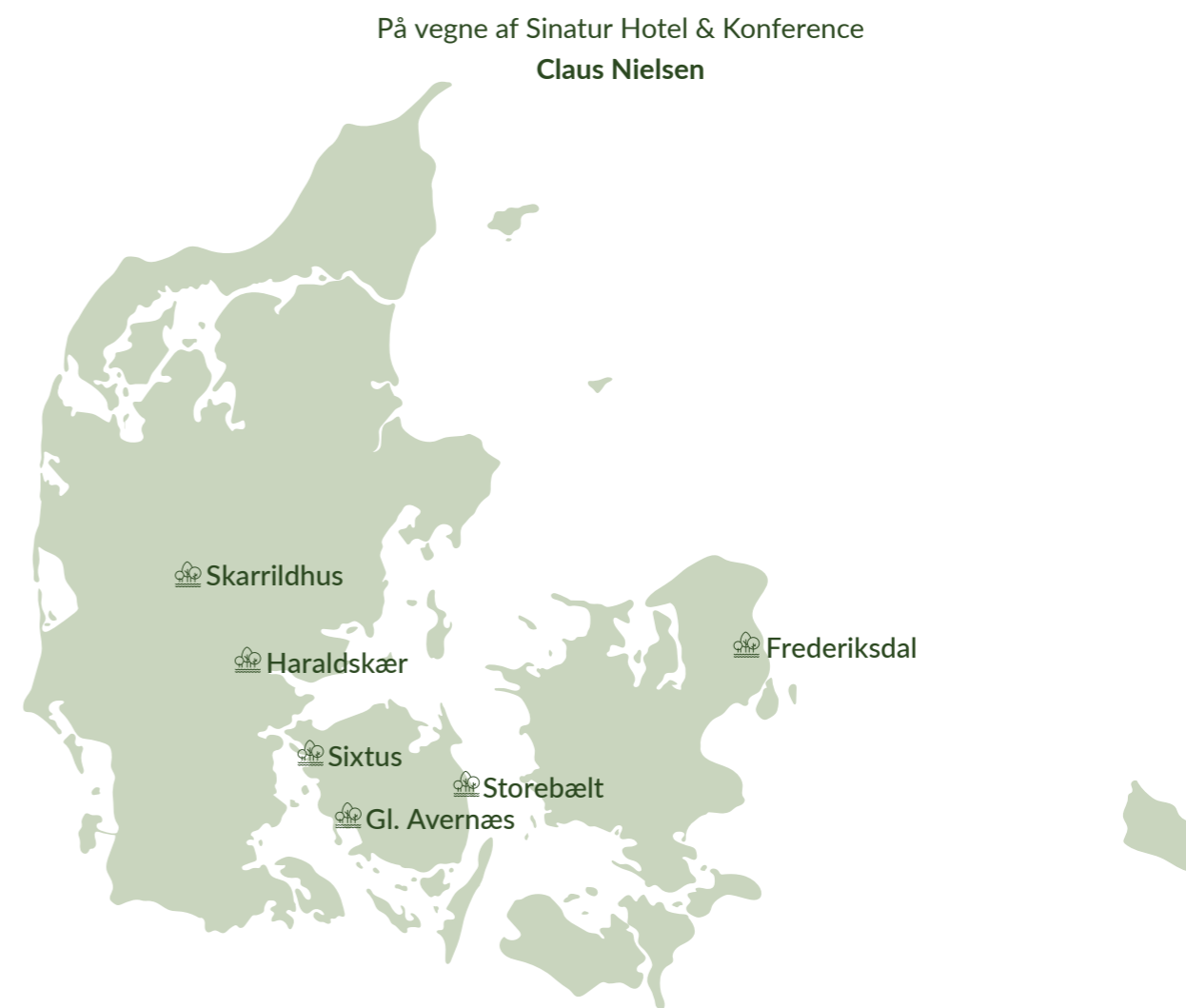
De kommende år bliver afgørende for, hvordan vores klode ser ud for de næste generationer. Der er akut behov for indsatser og initiativer, der sikrer, at vi kommer ud af den negative spiral, vi i årevis har befundet os i. Der skal tages globalt ansvar, og hverken politikere eller virksomheder kan længere tillade sig ikke at indtænke ansvarlighed i det strategiske arbejde.

Sinatur tager ansvar og vil gerne invitere til større samarbejder, vidensdeling og sparring i og udenfor branchen. De seneste år har givet os nye svar, og vi er blevet i stand til at identificere

adskillige problemstillinger og dilemmaer. Det har givet os mulighed for at skærpe vores samfundsambition yderligere og blive endnu mere konkrete på vores målsætninger for de kommende år.

Sammenholdt med en organisation af yderst dedikerede og dygtige medarbejdere er vi meget opsatte på at højne barren yderligere og være med til at skabe en afgørende forskel. Det er også med den ambition, vi i 2022 sluttede os til FN's Global Compact og fremover vil bakke op om arbejdet og principperne for dette initiativ.

Lad os sammen tage vare på de sandkorn, der stadig er tilbage i timeglasset og værne om en lysere fremtid.



Det har vi opnået



Vores samfundsambition

Vi tror på, virksomheder bør sættes i verden for at bidrage positivt i et samfund, hvor vi alle kan trives og vokse i pagt med hinanden, naturen og kloden. Ikke bare her og nu, men også i de næste generationer.

Naturen er omdrejningspunkt for alt, hvad vi gør

Vi har en stor kærlighed til naturen. Derfor er det afgørende for os at drive hotel- og konferencesteder på en måde, der ikke driver rovdrift på den, men tværtimod finder løsninger, der respekterer naturen og får den til at blomstre igen.

Vi ser Sinatur som et løsningslaboratorium for naturen. Hvor vi tester, prøver, lærer og investerer i at blive klogere på, hvad naturen kan lære os, og hvordan vi sammen kan bruge det til at skabe en mere ansvarlig hotel- og conferencebranche. Det kræver, at vi i alle vores handlinger husker vores kærlighed til og respekt for naturen. At vi er modige og nysgerrige – og at vi tør forfølge vores samfundsambition:

Vores samfundsambition:

Sinatur driver hoteller på naturens præmisser

Vi har kun én strategi

Vi har ikke en isoleret strategi for bæredygtighed. Vi har en holistisk strategi for Sinaturs udvikling og drift, og kernen i den er, at vi driver hoteller på naturens præmisser med udgangspunkt i vores tre værdier: Nærvær, gastronomi og natur.

Vores ambitiøse 2030-strategi

For at kunne forløse vores samfundsambition har vi defineret fem indsatsspor og knyttet ambitiøse 2030 mål til hvert af disse, som det fremgår af figuren nedenfor. Det er disse mål, der guider vores arbejde og de beslutninger, vi træffer.



Fem indsatsspor driver vores forretning

Vores daglige arbejde og indsats fokuseres gennem de fem indsatsspor, der sætter retningen for vores forretning.



Sinatus certificeringer og mærkningsordninger



Vi er Nordens første B Corp certificerede hotelkæde, som er en dokumentation på, at vi lever op til høje standarder både socialt, miljømæssigt og i forhold til gennemsigtighed.



Vi er en del af UN Global Compact, hvor vi forpligter os til at arbejde med Global Compacts 10 principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø, anti-korruption og de 17 verdensmål.



Vi har et verificeret klimaregnskab, hvilket vil sige, at vi har fået kortlagt vores CO2-udledning efter den internationale standard Greenhouse Gas Protocol.



Vi har det Det Økologiske Spisemærke i sølv, som er en garanti for, at 60-90% af vores råvarer er økologiske.



Vi er mærket med Green Key, der er turismens internationale miljømærke, som gives til turistvirksomheder, der gør en ekstra indsats for at beskytte miljøet.



Vi fik i 2021 EU's miljøpris i kategorien Miljømanagement for implementering af en omfattende bæredygtighedsstrategi og arbejdet med CO2-beregninger.



Vi blev tildelt prisen som Verdens Bedste Indkøber 2022. Prisen gives af IKA – foreningen for offentlige indkøb, Miljøstyrelsen, Etisk Handel Danmark, Forum for Bæredygtige Indkøb og Partnerskab for Offentlig Grønne Indkøb.



Bedst for mennesker



For at Sinatur kan gro, skal kulturen være livgivende, sund og nærende, så mennesker trives og udvikler sig. Vi tager ansvar for, at alle der vil, får muligheden for at vokse og blomstre, og vi bidrager hele tiden at gøre vores fag relevante og attraktive for kommende generationer.

Stolt af at være sammen på denne rejse

Tilfredse, engagerede og højtydende medarbejdere er og bliver en servicevirksomheds eneste blivende konkurrencefordel. Den sandhed bliver kun mere aktuel, når virksomheden prøver at gøre noget nyt og mere ambitiøst end gennemsnittet.

Det ved vi godt hos Sinatur. Og vi gør os vanvittig umage med at involvere alle, der arbejder på vores hoteller, i vores ambition om at drive hotel på naturens præmisser.

”Den stolthed jeg har som leder af de medarbejdere, der er med på denne her rejse – det gør det bare endnu sjovere at møde på arbejde. Det er fantastisk, at vi som kollegaer vil være med til at gøre en forskel, stille spørgsmål, være nysgerrige. At der er plads til, at vi kan prøve nye ting, teste dem og lære af det. Skifte retning, hvis det er nødvendigt,” siger Christina Nielsen, som er direktør på Sixtus i Middelfart.

”Jeg tror, det er fordi, vi har så tydelig en ambition om, hvad vi skal. Så stempler folk ind – også fordi det er nemt at relatere til og se det ansvar, man kan tage,” fortsætter hun.

Ikke noget man kan vælge fra

I 2022 blev det endnu lettere for medarbejderne på Sinaturs hoteller at se, hvad der forventes af dem i arbejdet med samfundsambitionen. Alle medarbejdere er nemlig blevet bedt om at skrive under på et nyudviklet medarbejderkodeks, der har fokus på at sætte naturen i centrum, når man udfører sine opgaver.

I første omgang skrev alle eksisterende medarbejdere under på kodekset, og fremover indgår det som en del af den samlede onboarding sammen med ansættelseskontrakten.

”Det er ment som både en invitation, en forpligtelse og en anerkendelse af, at alle Sinaturs medarbejdere virkelig er med i vores udviklingsproces. Min oplevelse var, at det var en selvfølgelighed for vores etablerede medarbejdere at bakke op om noget, de allerede gør,” siger Christina Nielsen.

Og ingen skriver under i blinde. For Sinatur har en medarbejder-app, som har materiale i form af tekst og video om samfundsambitionen, hvad det vil sige at være B Corp-certificeret, hvad betyder vores opgørelse af drivhusgasser, vores GHG-regnskab, hvem er vores ejere osv.

Et internt ambassadørkorps

Engagement kræver, at man har mulighed for at deltage. Det sørger vi for gennem et ambassadørkorps af medarbejdere på hvert hotel, hvor en medarbejder fra hver faggruppe skubber ekstra på i forhold til deres kollegaer og ledelsen og mødes med ambassadørgruppen 6-8 gange om året.

”Jeg tror, det er fordi, vi har så tydelig en ambition om, hvad vi skal. Så stempler folk ind – også fordi det er nemt at relatere til og se det ansvar, man kan tage.”

Som ambassadør er ens fornemmeste opgave at sikre, at alle kollegaerne har lyst til og mod på at arbejde med bæredygtighed og ansvarlighed i Sinatur, så ambitionen om at drive hoteller på naturens præmisser bliver til virkelighed.

Hvert hotel udnævner desuden to superambassadører, som to gange om året mødes til bootcamp i to dage med fokus på videndeling og uddannelse, men også afsøgning af fælles udfordringer og ideer til, hvordan de kan løses.

”Vi mødes og gennemgår interne processer for at se, om der er noget, vi kan gøre bedre. I 2022 førte det bl.a. til ændringer på kaffebuffeterne, så vi nu har mindre plastaffald og spild. Jeg er glad for, at vi kan inspirere hinanden på tværs af hotellerne. Når jeg ser, hvad mine kollegaer gør, så får



jeg blod på tanden og lyst til at gøre det samme, hvor jeg er,” fortæller Marlene Tornkjær, som er konferencekoordinator og superambassadør.

”Jeg har altid haft lyst til og fået glæde af at optimere og skabe synlige resultater. Med ambassadørkorpset er der oveni følelsen af at være med til at gøre en forskel. Det er mange små ting, vi bidrager med, som samlet har reel betydning for vores affaldsprocent, energiforbrug mm.,” fortsætter hun.

”Når jeg ser, hvad mine kollegaer gør,
så får jeg blod på tanden og lyst til
at gøre det samme, hvor jeg er.”

Ordrede forhold

Vi mener, at man kun kan drive ansvarlig virksomhed, hvis man har styr på de grundlæggende forhold for medarbejderne. Det er en holdning, som kun styrkes af, at vi er ejet af en fagforening. Så alle vores ca. 400 medarbejdere har naturligvis ansættelseskontrakter baseret på gældende overenskomster.

”Vores ordentlighed tiltrækker folk. Det er en del af den historie, vi fortæller, når vi rekrutterer medarbejdere, og jeg oplever, at det i den grad er noget, folk sætter pris på. Vi er jo i en branche, hvor den slags ikke er en selvfølge,” forklarer Christina Nielsen.

En del af vores intention inden for arbejdet med ”Bedst for mennesker” handler også om at give rum til at mennesker, der kan og vil, kan blomstre. Vi vil være en inkluderende arbejdsplads. Det kommer f.eks. til udtryk i, at alle hoteller samarbejder med omkringliggende kommuner om integration af medarbejdere med særlige behov på arbejdsmarkedet. I 2022 var det tilfældet for 18 procent af vores medarbejdere.

”Vi kan rumme mange slags medarbejdere. Både dem med store ambitioner for deres karriere, og dem der skal ud og finde sig til rette på et arbejdsmarked. Det betyder meget for os,” siger Christina Nielsen.

For en god ordens skyld undersøger Sinatur medarbejdernes trivsel hvert halvandet år. Og trives det gør vi. I målingen fra 2022 ville 41 procent af vores medarbejdere anbefale os som arbejdsplads, i tråd med vores målsætning om at dette tal skal ligge på 41 eller derover frem mod 2030. Branchegennemsnittet på denne parameter er -16.

Vi har også en whistleblower-ordning, som ikke modtog nogen henvendelser i 2022.

I 2022 har alle medarbejdere skrevet under på et medarbejderkodeks, som tydeliggør Sinaturs samfundsambition og den enkeltes rolle i at udleve den.

Vi gør som naturen siger

Hvad hedder du?
Hvornår blev du en del af fællesskabet?
Hvilken rolle påtager du dig?
På hvilket hotel?

Hvorfor driver Sinatur egentlig hoteller?

Noget af det helt særlige ved alle Sinatur hotellerne er, at de alle ligger smukt placeret i den skønne danske natur. Vi kan tydeligt mærke 3-stjernerne og hver dag fornemme, hvordan naturen har det. Det er også derfor, vi synes, det er en rigtig god idé at bidrage til at beskytte naturen.

Vi tager naturen så alvorligt, at vi har formuleret vores holdning i en samfundsambition, som er den overordnede retningslinje, vi styrer vores hoteller efter. Den lyder sådan her:

Sinatur driver hoteller på naturens præmisser.

Hvis vi skal oversætte den til den måde, vi arbejder på, lyder det sådan her:

Vi gør som naturen siger. Naturligvis.

Det kan være det virker en smule kompliceret, men det er det faktisk ikke. Fordi vores hoteller ligger så smukt placeret i naturen, skal vi passe ekstra godt på den, for gør vi det, bevarer vi det, som er særligt ved vores hoteller. Og bevarer vi det særlige, bliver vores gæster også ved med at komme. Så enkelt er det.

Alligevel kræver det en del. For hvis man først beslutter sig for at passe på naturen, forpligter det ansvar ud over bare at sørge for, at der er ro omkring hotellerne. Det forpligter helt ud til vores leverandører, dem der fx kommer med fiskene, grøntsagerne og kødet. De skal også ville være med til at passe på naturen. Det forpligter os helt ned til den måde, vi inspirerer gæsterne til at tage hjem og selv tage ansvar. Og ikke mindst til den måde vi giver dig lyst til at engagere dig i naturen, så du kan mærke, at vi gør en forskel sammen. På en måde er det et stort ansvar at tage på sig. Og det gør vi med glæde. For hvis ikke vi bidrager med det vi kan til en bedre verden, hvem skal så gøre det for os?

Vores forpligtelse

Vi kan kun efterleve vores samfundsambition, hvis vi er en arbejdsplads, der er bedst for mennesker. Som drives af en stærk, inkluderende og udviklende kultur, hvor mennesker kan udfolde og udvikle sig. Og ikke mindst være stolte af deres arbejde. Vi ønsker brændende, at både du, der arbejder her, og vores gæster forstår vores kærlighed til naturen, og hvor vigtigt det er at passe på den.

Det kan vi ikke gøre uden dig. Jo flere vi er til at passe på naturen, jo bedre.

Din forpligtelse

Som Sinatur medarbejder forpligter du dig til at gøre, som naturen siger. Og din fornemmelse og gode er at bidrage til, at ambitionen om at drive hoteller på naturens præmisser bliver til virkelighed.

Det betyder:

- at naturen er det, der guider dig, når du træffer beslutninger
- at du er nysgerrig på, hvad du kan lære af naturen i forhold til dit arbejdsområde
- at du er nærværende og støtter op om dine kollegaer
- at du har lyst til at dele din glæde ved naturen med dine kollegaer og vores gæster

Sinatur skriver under her

Du skriver under her

Rigtig hjertelig velkommen





Sinatur Hotel & Konference
3,097 followers
Promoted

Gastronomi, økologi og et hjerte, der banker for klimaet. 🌱
Har du de kvalifikationer og ambitioner, så har vi jobbet til dig.

Kan du stege en sandart til perfektion...
... og gå op i klimaet samtidig?

SINATUR
HOTEL & KONFERENCE

Ansøg allerede i dag. Vær opmærksom på fristen [Apply](#)

sinatur.dk

SINATUR
HOTEL & KONFERENCE

Kan du servere smil på tallerkenen?

[Se mere](#)

I 2022 lancerede Sinatur en ny rekrutteringskampagne med brug af medarbejdere som autentisk blikfang. Og i 2023 har vi fortsat fokus på at dele vores medarbejders historier i vores markedsføring, da de er nøglen til, at vi kan udleve vores samfundsambition i dagligdagen.

Sinatur Hotel & Konference
3,156 followers
Promoted

Vi er meget ambitiøse hos Sinatur, når det kommer til at passe på naturen. Så ambitionen af vores ansvarlighedsstrategi er bygget op omkring det.

Men hvis vi ikke havde Dorthe til at hjælpe os, ville vores strategi kun være fine ord på et stykke papir. Det er blandt andet hendes ideer til vores grønne menuer, der gør, at vi når vores mål. Man kan sige, at det er Dorthe og hendes mange kolleger, der er de ansvarlige i vores ansvarlighedsstrategi.

Prøv Dorthes grønne menuer på Sinatur GI. Avenues.

Dorthe arbejder som kok
Men hun inspirerer også til endnu mere grønt på tallerkenen

Få indsigt i, hvordan Dorthe serverer grøn inspiration [Learn more](#)

sinatur.dk

Like Comment Repost Send

Add a comment...

Sinatur Hotel & Konference
3,097 followers
Promoted

Hos Sinatur er vi meget ambitiøse, når det kommer til at passe på naturen. Så ambitionen af vores ansvarlighedsstrategi er bygget op omkring det.

Men uden Nils ville det kun være fine ord på et stykke papir. Det er nemlig ham og hans mange ideer til, hvordan naturen får det bedre hos os, der gør, at vi gør en forskel. Man kan sige, at det er Nils og hans mange kolleger, der er de ansvarlige i vores ansvarlighedsstrategi.

Bliv inspireret af Nils' arbejde for biodiversiteten næste gang, du besøger Sinatur Storebælt.

Nils arbejder som havemand
Men han tænker også grønt i alt andet, han gør.

Få indsigt i, hvordan Nils sætter ord på sit grønne mindset [Learn more](#)

sinatur.dk

Aktiviteter og resultater i 2022

- ✓ **Lancering og implementering af medarbejderkodeks:** Medarbejderne skriver under på, at de vil efterleve det fælles værdisæt, hvor naturen spiller en central rolle. Alle medarbejdere har skrevet under, og kodekset er nu en obligatorisk del af alle ansættelser.
- ✓ **Revitalisering af ambassadørkorps:** Sinaturs interne ambassadørkorps er blevet relanceret efter Covid-19 med faste rammer for, hvordan hvert hotels team arbejder. Relanceringen gælder også et super-ambassadørkorps, hvor ambassadører mødes på tværs af hotellerne for at sikre videndeling. Det er sket to gange i 2022.
- ✓ **Styrket rekrutteringsproces og on-boarding** – hvor vi nu har vores samfundsambition placeret centralt i processen. Fra start til slut er der fokus på Sinatur som frontløber inden for ansvarlighed, fra samfundsambitionen i stillingsopslag, interviewspørgsmål om en kandidats forhold til naturen til onboarding med obligatorisk gennemgang af konkrete fag-film om Sinaturs historie, samfundsambition og ansvarlighedsstrategi.
- ✓ **Gennemført rekrutteringskampagne** – hvor Sinaturs medarbejdere fungerede som ambassadører for Sinatur som en god og meningsfuld arbejdsplads. Vi oplevede, at de fleste stillinger blev besat hurtigt, og at flere medarbejdere, som var skiftet til andre arbejdsgivere, er vendt tilbage til Sinatur.
- ✓ **Videreudvikling af Sinaturs uddannelsesprogram** – hvor alle fastansatte medarbejdere tilbydes deltagelse i kursus, træning eller egentlig uddannelse.

Nogle af kursustilbuddene giver som noget nyt ECTS-point. Kurser afholdt i 2022:

- Uddannelsesforløb om Coaching & konflikthåndtering, Ledelse af bæredygtighed, Service & Mersalg, som 34 medarbejdere, primært mellemledere og afdelingsledere, har gennemført. Formelt kompetencegivende, da gennemførelse udløser 34 ECTS-point
- Kursus i grøn omstilling for ambassadører gennemført af 18 deltagere
- Kursus i green house-keeping med 14 deltagere
- Kursus fra vores leverandør af rengøringsløsninger, Abena, med deltagelse af 20 medarbejdere

Mål for fremtiden

Mål for 2030

- 1) Vi har skabt en livgivende kultur, hvor mennesker trives og udvikler sig
- 2) Vi har gjort vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer

Sådan arbejder vi med at forløse vores 2030 mål

- Vi er en inkluderende og mangfoldig arbejdsplads med plads til alle, der deler vores kærlighed til naturen
- Vi sender vores medarbejdere klogere, dygtigere og gladere afsted, end da de kom
- Vi agerer som hinandens 'gartnere' og hjælper hinanden med at minimere stress og mistrivsel
- Vi driver initiativer, der skaber kendskab til branchen og sætter fokus på ordentlige arbejdsvilkår

Mål for 2023

- Vi har en svarprocent på 75% ved medarbejdertilfredshedsanalysen og en ENPS-score på +41 (branchegennemsnit -16)
- Vi synliggør diversiteten (alder, køn, etnicitet)
- Vores sygefravær er max 5%
- Vi tilbyder pointgivende uddannelse til alle faggrupper
- Der er minimum 20 elever ansat i Sinatur
- Der er etableret kontakt til de relevante fagskoler

Mad med holdning



Vi er passionerede omkring mad. Vores gastronomiske profil respekterer naturen og tager livtag med de centrale klima-, miljø- og naturmæssige udfordringer, som vi kerer os om. Kun derved kan vi sikre, at vores ansvar for klimapositivitet og biodiversitet afspejles i alle valg fra jord til bord.

Inden for rammen er der virkelig meget frihed

Køkkenerne på Sinaturs hoteller er et bankende hjerte i vores drift og et vigtigt aktiv for vores gæster. Der skal naturligvis være gode værelser, velfungerende conferencefaciliteter og imødekommende personale. Men det er i måltiderne, vores værdier og ambition virkelig ses og mærkes tydeligst af vores gæster.

En ny gastronomisk profil

Helt siden 2009 har vi haft et ambitiøst madkodeks. Men jo mere presserende klimakrisen bliver, jo mere er vi nødt til at overveje måltidernes sammensætning. Vi startede derfor i 2022 samarbejde med rådgivningsenheden Madkulturen, som kommer med forslag og provokerer os til at tænke over andre muligheder. Et samarbejde vi fortsætter ind i 2023, hvor målet er at lancere et nyt ambitiøst gastronomisk koncept.

Vi er også forberedt på, at der vil være kunder, som ikke længere vil synes, vi er det rigtige match for dem. Men gennem dialog med vores kunder ved vi også, at det bestemt ikke er alle sammen.

Det er stensikkert, at den nye profil vil læne sig langt mere over i grønne måltider. Vi har tyvstartet lidt og har i 2022 afskaffet kalv- og oksekød på vores møde- og konferencemenuer. Både af hensyn til vores klimaregnskab, og fordi det er med til at signalere, at naturen ville vælge noget andet, end den gængse frokostbuffet byder på.

Vi har aldrig solgt så meget kød som den dag, vi indførte en kødfri dag.

Vi har et dilemma: Den dag vi indførte en kødfri dag på vores restauranter, solgte vi mere kød end nogensinde før. Men kan vi godt forsvare overfor forretningen, at vi ofte er mere ambitiøse end vores gæster? Dilemmaet med kødet løste heldigvis sig

selv, for vi fandt ud af, at det er bedre at tilbyde alternativer end at indføre forbud. Nu vælger flere og flere af vores gæster vegetariske menuer, men kun fordi vores kokke er så dygtige til at få vores lokale grøntsager til at være mere fristende end en bøf.



Gennem hele 2022 har vi i Sinatur haft fokus på at dele nogle af de mange dilemmaer, der er, når man arbejder ambitiøst med ansvarlighed hver dag - f.eks. hvordan man bedst skruer ned for kødforbruget.

På den anden side har vi gennem tiden erfaret, at forbud ikke rigtig virker for os. Så indtil videre kan man som gæst bede om at få det røde kød tilbage på bordet. Så skal man blot betale 25 kr. ekstra pr person, som et klimabidrag, der er med til at kompensere for den merudledning af CO2, det mørke kød giver. Vi sender bidraget ubeskåret videre til Den Danske Naturfond.

”Når tallene kommer, og man kan se resultatet af den øgede opmærksomhed, så giver det god mening,”

Ikke uden konsekvenser

Vi har erfaret, at valg ofte trækker spor hen i andre områder. Det gælder også nu.

”Når man fjerner det mørke kød, så passer vinkortet ikke mere. Så skal vi inden for hvidvine pludselig have en helt anden bredde og volumen i vores forsyninger. Og så skal vi sikre, at den mæthedsfølelse gæsterne havde, før vi valgte kalv og okse fra, stadig er der. De må under ingen omstændigheder gå væk fra et måltid og overveje, hvor den nærmeste pølsevogn er,” fortæller Hasse Bonde-Sterup, hoteldirektør på Haraldskær.

”En anden spændende udfordring er, at det grønne køkken kræver andre tilberedningsmetoder end tidligere. Vi skal fermentere og krydre inspireret af fjernere egne madtraditioner. Så vi har været i gang med at finde lokale producenter af chili, som vi ellers tidligere har valgt ikke at bruge i vores køkken,” supplerer køkkenchef på Skarrildhus, Anne Cathrine Christensen.

”Det kan også være, at vi selv må ud og sørge for, at nogle råvarer bliver dyrket. Der er f.eks. nogle vilde muligheder i udviklingen af skovlandbrug. Det er vi ved at finde ud af, f.eks. i projektet Robust, som Sinatur deltager i sammen med nogle økologiske bedrifter, fødevarerproducenter og forskningsinstitutioner,” fortsætter hun.

Vi er også forberedt på, at der vil være kunder, som ikke længere vil synes, vi er det rigtige match for dem. Men gennem dialog med vores kunder ved vi også, at det bestemt ikke er alle sammen. En fælles gastronomisk indkøbsprofil er dog ikke det samme som ensretning af arbejdet i de seks hotellers køkkener. Der er stadig store frihedsgrader til de enkelte køkkenchefer, og den bliver udnyttet.

”Principperne for indkøb og det nye madkoncept er selvfølgelig et ekstra benspænd, når man skal sammensætte menuer i de enkelte køkkener. Men der går også lidt sport i den. Vi holder da lige lidt øje med, hvad de andre laver og ser, om vi kan finde på noget, der fungerer endnu bedre i forhold til både smag og klima!” siger Anne Cathrine Christensen.

Meget økologi – og plads til det, der næsten er bedre

Mens der koges og komponeres skal der også tænkes over, hvor råvarerne kommer fra. Sinatur har som den eneste hotelkæde i Danmark sølvmærke i økologi, som kræver, at mindst 60% af vores indkøb er certificeret økologisk. Det holder vi fast i, og vi ligger stabilt på omkring 70% – men sætter pris på, at der også er plads til de små, lokale leverandører, vi handler med, og som givetvis kunne være certificeret økologiske, men ikke har ressourcerne til at gøre dette.

Så kan vi nemlig få de nyopgravede kartofler fra gården 1,5 km væk om sommeren og bruge frugt, bær og krydderurter, vi selv dyrker. Det giver både god smag og kvalitet. I nogle tilfælde synliggør det også vores valg over for gæsterne. Som når kokke og andet køkkenpersonale på Gl. Avernæs høster fra den sansehave af højbede, der bugner af krydderurter eller fra vores hav af spiselige blomster, som begge ligger i forbindelse med hotellets store terrasse.

Med vægten som våben mod madspild

Hver dag vejer og registrerer alle køkkener på Sinatur-hotellerne den mad, de smider ud, hvilket i 2022 blev til lige over 4.000 kg. Resultaterne rapporteres ind i en database ejet af Fødevareministeriet, som i sidste ende skal bruge tallene til at målrette den nationale indsats. Hos Sinatur giver det mulighed for at dokumentere indsatsen frem mod 2030-målet om at minimere al affald – og det skærper opmærksomheden på egen adfærd.

”Jeg synes, det er et rigtig godt værktøj. Men der kan godt være en lille udfordring i at få det implementeret ordentligt. Kokke vil lave mad – de vil ikke stå at veje spande. Uanset hvor engagerede de i øvrigt er i vores samfundsambition. Men når tallene kommer, og man kan se resultatet af den øgede opmærksomhed, så giver det god mening,” siger Anne Cahtrine Christensen.



Aktiviteter og resultater i 2022

- ✓ **Eget madspildsprojekt** er startet op. Her er etableret dash-boards på alle hotellerne, så det er muligt at følge data om madspild på månedsbasis. Resultaterne rapporteres desuden ind i et projekt under Fødevareministeriet. Sinaturs samlede genanvendelsesprocent er 75 i 2022.
- ✓ **Madspildsmålingsprojektet med kolleger i branchen** er påbegyndt. Projektet er sat i gang, fordi madspildsmåliger er komplicerede, og der forventes et øget fokus på dette lovgivningsmæssigt. Projektet skal gøre det lettere at indsamle data og rapportere omkring madspild. Projektet har været ramt af eftervirkninger fra covid-19, men fortsætter i 2023.
- ✓ **Samfundsambitionen lever i køkkenerne:** Ambassadørmøderne og etablering af en indkøbs-gruppe har gjort, at der er større ejerskab til samfundsambitionen og målene i køkkenerne, hvor der er kommet endnu større fokus på, hvordan der bliver købt ind, undgå spild, blive bedre til at sortere affald etc.
- ✓ **Okse-, kalve- og lammekød er fjernet fra konferencemenuerne** – som et klimabidrag til vores reduktion af CO2-udledninger og arbejdet med den nye gastronomiske profil. Kan stadig serveres mod en merpris på 25 kr., som sikrer 1 m2 vild natur gennem Den Danske Naturfond.
- ✓ **Formuleret og opstartet proces omkring ny gastronomisk profil:** Der er indgået samarbejde med Madkulturen, som i 2023 skal guide Sinatur gennem en proces, der sikrer en nyfortolkning af Sinaturs gastronomiske profil, så vi bliver ved med at være frontløbere på dette område. Med balance mellem spændende gastronomi og lave klimapåvirkninger.

Mål for fremtiden

Mål for 2030

- 1) Vi er klimapositive og binder mere CO2, end vi udleder
- 2) Vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den

Sådan arbejder vi med at forløse vores 2030 mål

- Vi udvikler en gastronomisk profil med naturen i centrum
- Vi foretrækker danske råvarer
- Vi skaber konkrete handlefællesskaber med vores leverandører
- Vi inspirerer vores gæster til at spise med naturen for øje
- Vi forebygger spild
- Vi investerer i globale økosystemer, der hvor vi ikke kan få danske råvarer

Mål for 2023

- Vi har reduceret scope 3 udledning med 20%
- Vores madspild er maks. 60 g pr. gæst/dag (branchemål er på 80 g)
- Andelen af plantebaseret indkøb er steget med min. 20% pr. gæst
- Vi reducerer CO2-mængde for kød med 20% pr. gæst
- Andelen af danske madvarer er 75%
- Økologiprocent er mellem 60 og 90%
- Alle vores primære leverandører (95% af indkøbsvolumen i kr.) har underskrevet leverandørkodeks og handleplan
- Vi fastholder gæstetilfredsheden med gastronomien på 6,4 i et år med mange ændringer

Forbrug uden spild



Naturen har ingen spild, der kan alt bruges, der har alt en rolle. I tæt samspil med alle vores leverandører arbejder vi på at sikre klimapositivitet – at vi binder mere CO₂ end vi udleder – og at vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den.

Dem vi handler med, er alle godt selskab, og vi er gensidigt forpligtede til at handle sammen, så vi når længere.

'Vi er ved at finde ud af, hvem vi skal danse denne vals med'

Det strategiske indsatsområde "Forbrug uden spild" er der, hvor alle de tykkeste tråde fra driften af Sinaturs forretning samles. Det er under den paraply, vi arbejder med en fælles ramme for valg af leverandører – både dem, der bare leverer deres varer og kører hjem igen, og dem, som vi udvikler et strategisk partnerskab med. Her afsøger vi også, hvordan vi eliminerer affald fra vores drift, og ikke mindst knokler vi med at reducere os til en tilstand, hvor vi binder mere CO₂, end vi udleder. Så vi bliver klimapositive inden 2030. Vi har stadig lidt vej at kravle, før vi rigtigt kan gå eller løbe. Men vi kan mærke, at vi efterhånden er nået langt med at få basen på plads.

Jo mindre vi famler i blinde jo bedre

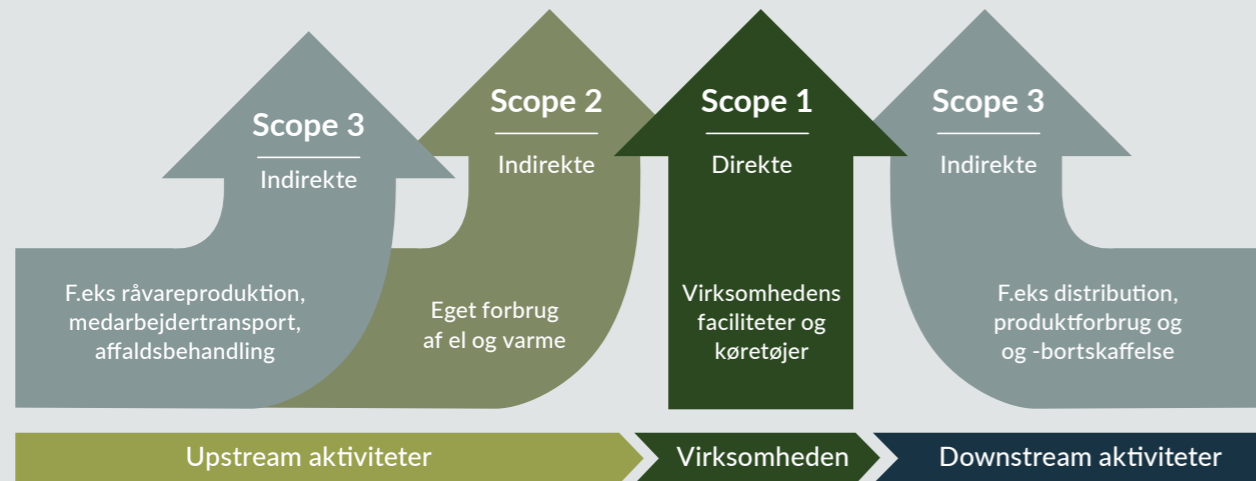
Jo mere vi ved om, hvor vi skal lægge vores indsats og ressourcer, jo større resultater opnår vi. Derfor fik vi i 2019 udarbejdet vores første GHG-regnskab, som er en opgørelse af, hvilke drivhusgasser vores aktiviteter udleder og hvor det sker.

Opgørelsen for 2021 er den næste, hvor det var muligt reelt at sammenligne tallene, fordi hotelterne i det mellemliggende år havde været lukket ned i lange perioder pga. corona-pandemien.

Samlet udledte vi i 2021 6.145 tons CO₂. Det er en forskel på omkring 2.000 tons udledt CO₂ sammenlignet med 2019. Det svarer til en reduktion på omkring 20%.

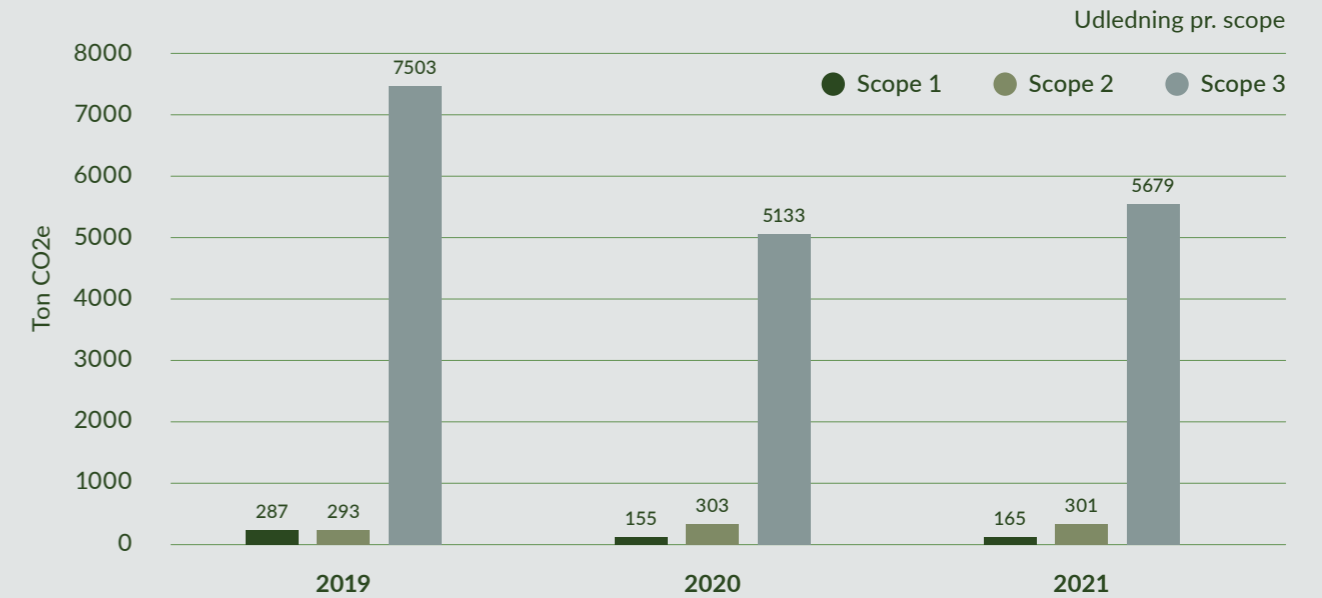
"GHG-regnskabet giver os en vished om, hvor vi for alvor skal sætte ind for at opnå størst mulig effekt. Dermed ikke sagt, at vi negligerer alt andet, men det er meget vigtigt, når man står med en pose penge og et bestemt antal hænder, at man prioriterer, hvor man bruger dem," siger Claus Nielsen, som udover at være direktør på Frederiksdal også er talsperson for Sinatur.

Hvad er scope 1, 2 og 3?



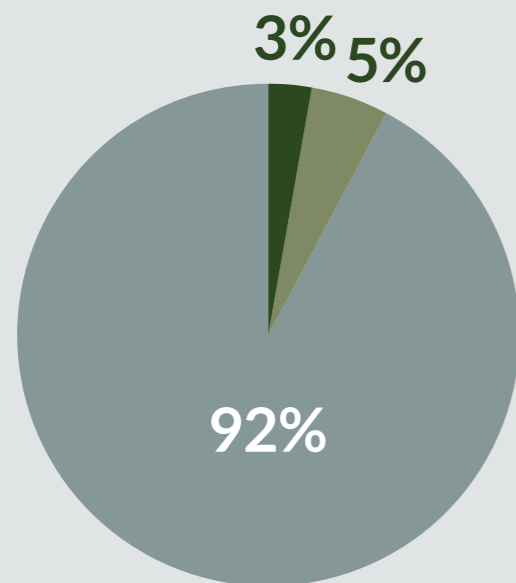
Baseret på GHG-protokollen, som er den internationale standard for opgørelse af udledning af drivhusgasser.

Sinaturs samlede CO2-udledninger af drivhusgasser for de seneste 3 år



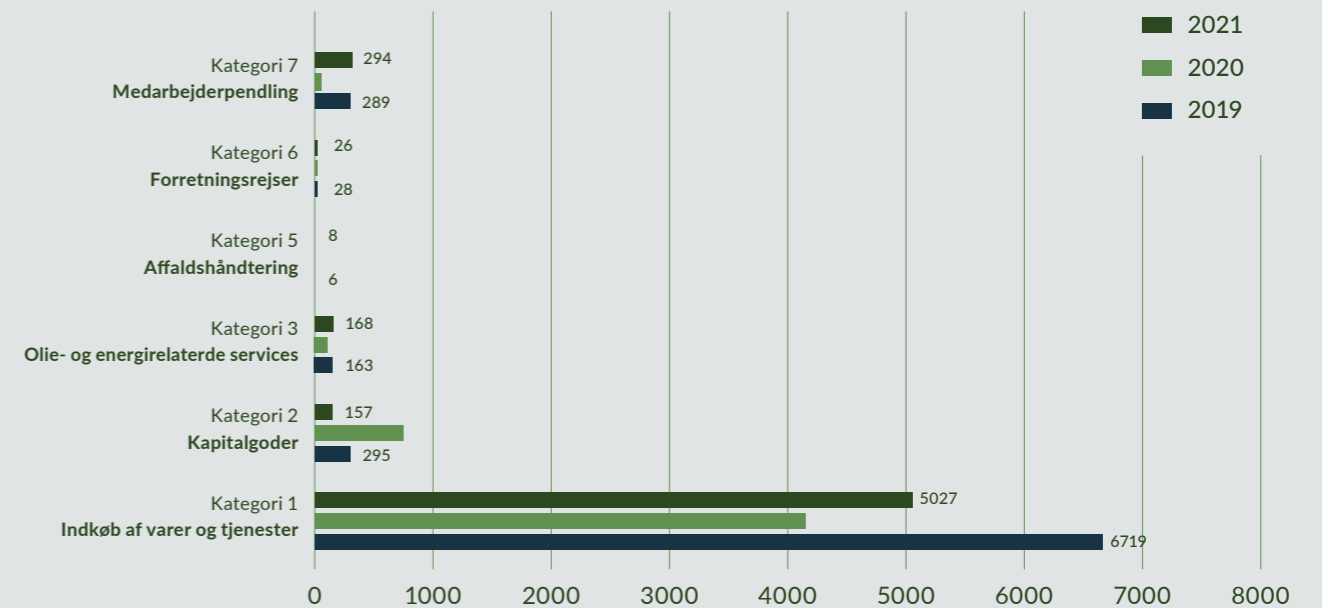
Årene er ikke direkte sammenlignelige pga. perioder med corona-nedlukning i 2020 og 2021.

CO2-udledning fordelt på scopes



- Scope 1**
 - fra brug af brændstoffer og kølemidler. Brændstoffer udgør lidt over 75%.
- Scope 2**
 - forbrug af elektricitet og fjernvarme, heraf udgør elektricitet omkring 65%.
- Scope 3**
 - fordeling ses i grafik til højre. Omfatter endnu kun upstream udledninger.

Scope 3-udledninger (ton CO2)



Overblikket over hvor udledningerne kommer fra gør, at de enkelte hoteller nu har præcise målsætninger for deres el-, vand- og varmekonsum. Men udledningerne fra egen drift udgør faktisk mindre end 10% af de samlede udledninger, som Sinatur kan påvirke.

”Mere end 90% ligger derude, hvor det er noget sværere at få drejet på knappen – fordi den ikke er vores alene, men en, hvor vi skal have gæsterne, leverandørerne og produktionsleddet med for at ændre noget,” forklarer Claus Nielsen.



Det kan gøre lidt ondt, men det giver mening

GHG-opgørelsen har givet os en enorm indsigt i, hvor meget vi kan rykke, hvis vi tager livtag med noget af det, der også kan gøre lidt ondt. Den har også givet ny mening til ambitionen om at involvere gæsterne endnu mere i vores arbejde.

”Ambitionen har vi altid haft, men når en stor del af vores udledninger er forbundet med det, vi vælger at tilbyde gæsterne, så er kommunikationen med gæsterne blevet ekstra vigtig. Omvendt giver det også Sinaturs medarbejdere et godt svar, hvis de ind i mellem bliver konfronteret med de ting, vi ikke har på Sinaturs hoteller,” siger Claus Nielsen.

”Det er meget vigtigt, når man står med en pose penge og et bestemt antal hænder, at man prioriterer, hvor man bruger dem.”

Det er i forbindelse med maden, gæsterne får serveret, at vi kan få den største impact. Men det er samtidig et følsomt område bundet op på tradition, kultur, vaner og forventninger. Hovedlektionen fra de seneste fem år er, at når vi formår at gøre resultatet af vores valg og fravalg på gæsternes vegne til noget spændende og interessant på buffeten, så stempler folk ind uden problemer. Alternativer virker, det gør forbud ikke.

”Vi oplever nu, at når vi kan smide en reduktion på 20% på bordet, så skaber det både stolthed og bevidsthed om, at de ting, vi gør, batter. At det nytter noget, at vi fjerner det røde kød, står og vejer madaffald, piller kapslerne af flaskerne, gør rent på en ny måde osv. Det har en enorm betydning,” siger Claus Nielsen.

I samarbejde med naturen

Der er dog stadig et stykke vej til, at vi når vores 2030 målsætning om at være klimapositive. Det kræver, at vi går et par spadestik dybere, og et af de store områder er, hvordan vi kan samarbejde med naturen om at nå vores mål.

”Vi ved, at vil få brug for at kunne binde mere CO2 – for vi ved, at vi altid vil have et forbrug med udledninger til følge – på trods af vindmøller, solanlæg, flisfyr og andre indsatser. Vi ved også, at vi endog meget nødt vil ud og købe kvoter. Så vi ser på, hvad vi kan gøre inden for vores egne rammer, når nu vi er så heldige, at vores hoteller ligger midt i naturen, og vi derfor har mange kvadratmeter at råde over,” siger Claus Nielsen.

Så mange ting bliver undersøgt: opkøb af yderligere arealer og plantning af skov, udvikling af biodiversitetshaver, som vi allerede er gået i gang med på Storebælt og Gl. Avernæs og måder at involvere de store arealer omkring Skarrildhus i vores reduktionsarbejde. Der er en del at hente endnu. Sammen med vores samarbejde med Den Danske Naturfond kan vi på den måde skabe nogle plusser i GHG-regnskabet.

”Vi ser på, hvad vi kan gøre inden for vores egne rammer, når nu vi er så heldige, at vores hoteller ligger midt i naturen, og vi derfor har mange kvadratmeter at råde over.”

Et boarding pass til rejsen mod fremtiden

Det er også her, Sinaturs leverandørkodeks fra 2022 kommer på banen. I det inviterer vi leverandører til at samarbejde om at drive en positiv samfundsudvikling – drive ordentlige og ansvarlige forretninger, der er bedst for mennesker og sætter så positivt et fodaftryk som muligt. Med kodekset følger også en tjekliste og en samarbejdsaftale, som både vi og leverandøren forpligter sig på og et årshjul med fast dialog og evaluering.

Modsat mange hårdere krav og kontrolsystemer for samarbejde med leverandører, baserer Sinatur sit samarbejde på afstemning af forventninger og dialog. Vi tror på, at det kommer vi længere med.

”Det nye kodeks og den kontrakt vi indgår, giver nogle pragtfulde muligheder for at mødes omkring emner som holdninger til at drive forretning, at behandle medarbejderne ordentligt, hvordan du behandler naturen, og hvordan du producerer og transporterer dine varer. Så vi ikke kun skal tale om pris,” siger Hasse Bonde-Serup, hoteldirektør på Haraldskær.



Samarbejdskodeks

Leverandører og andre samarbejdspartnere

Velkommen til Sinatur!

Noget af det helt særlige ved de seks Sinatur-hoteller er, at de ligger smukt placeret i den skønne danske natur. Tæt på hav og skov, hvor vi mærker de skiftende årstider og tydeligt fornemme, hvordan naturen har det. Derfor vil vi også meget gerne bidrage til at beskytte den.

Vi tager naturen så alvorligt, at vi har formuleret en samfundsambition. Den udtrykker vores holdning, og den er det pejlemærke, vi styrer vores hoteller efter. Ambitionen lyder: **Sinatur driver hotel på naturens præmisser.** Oversat til den måde, vi arbejder på, lyder det sådan her: **Vi gør, som naturen siger.**

Vi vil passe godt på naturen, så vi kan give vores gæster en særlig oplevelse. Det lyder måske enkelt, men det kræver faktisk en hel del. Det handler jo ikke bare om at undgå pesticider og spare på strømmen. Sinatur sætter aftryk langt ud over vores egne matrikler, og ansvaret involverer alle, vi er i berøring med.

Vi forpligter os til at inspirere gæsterne, så de vender hjem og selv tager ansvar. Vi motiverer vores medarbejdere til at engagere sig, så vi kan gøre en forskel sammen. Og vi vælger leverandører og samarbejdspartnere, der har lyst, vilje og evne til at være med.

Vores forpligtelse

Vi kan kun opfylde vores samfundsambition, hvis vi tager ansvar ud over vores egne snævre grænser. Derfor forpligter vi os til:

- **at bruge vores indkøbskraft til fordel for naturen.** I 2030 køber vi kun varer fra certificerede/bæredygtige virksomheder og kun danske råvarer - så vidt muligt fra lokale leverandører
- **at tage medansvar for primærproduktion af fødevarer.** Vi involverer lokale producenter, stimulerer til regenerativt landbrug og bidrager til øget biodiversitet
- **at tage medansvar for at eliminere spild i værdikæden,** både i primærproduktion og i grossistledet
- **at stræbe efter at være affaldsfrie i 2030**
- **ikke at belaste det danske grundvand,** undgå vandspild og opsamle overskudsvand, så vi bidrager til at sikre vandkvaliteten for kommende generationer
- **at invitere vores omverden til at være med i konkrete handlefællesskaber,** at investere i bæredygtige løsninger og løbende måle på forbedringer i hele værdikæden
- **at være bedst for mennesker** og kun samarbejde med leverandører, hvor medarbejderne anerkendes, udvikler sig og trives



Vores fælles forpligtelse

vores overbevisning om, at vi er gensidigt ansvarlige for og forpligtede af hinanden. Vi har en fælles ambition om at skabe et samfund, hvor både natur, mennesker og virksomheder bidrager til at udvikle sig og ser frem til at arbejde, lære og udvikle sammen.



Hvorfor et kodeks?

Sinaturs samarbejdskodeks beskriver, hvem vi gerne vil samarbejde med, hvilke forventninger vi har til vores leverandører og samarbejdspartnere, og hvordan vi ønsker at samarbejde.

Vi er naturligvis alle sammen forpligtede til at overholde gældende love og konventioner, men Sinatur stræber højere og prioriterer at samarbejde med virksomheder, der deler vores høje standarder og ambitioner. Vi forventer, at alle vores samarbejdspartnere underskriver dette kodeks.

Som B Corp mener vi, at en ansvarlig forretning handler om andet og mere end profit. Det betyder, at vi vil være godt selskab og skabe positiv værdi for medarbejdere, klima & miljø, samarbejdspartnere og det lokale samfund, vi er en del af. Vores leverandører og samarbejdspartnere spiller en vigtig rolle i den indsats.

Vi anerkender naturligvis, at vores samarbejdspartnere er på forskellige stadier i deres ansvarshedsrejse. Derfor vil vi aktivt bidrage til, at de kan udvikle deres værdikæde med fokus på vores fælles mål.

Vi er altså klar til at investere tid og energi i vores leverandører, og vi står til rådighed med hjælp og vejledning. Hvert år inviterer vi til et samarbejdsrådgivningsmøde, hvor vi sammen vurderer, hvad der er lykkedes, og hvad vi fremadrettet skal have fokus på. Vi arrangerer også en årlig leverandørdag for vores mindre lokale samarbejdspartnere, hvor bæredygtighed og ansvarlighed er på dagsordenen.



Med det nye leverandørkodeks forpligter sig såvel Sinatur som vores leverandører sig på tydelige retningslinjer og ambitioner i tråd med vores samfundsambition.

CASE

Fra rene lagner til strategisk samarbejde

Sinaturkædens hoteller ejer i dag ikke selv de tekstiler, som indgår i hotellets drift. Alt fra sengetøj, duge, rengøringsklude, måtter og arbejdstøj ejes af De Forenede Dampvaskerier (DFD), som efter aftale sørger for, at vi har hvad vi skal bruge, og at det altid er rent og indbydende.

I samtalen med DFD om Sinaturs nye leverandørkodeks stod det hurtigt klart, at det vores to virksomheder vil og gør matchede stort set en til en. Vi deler helt enkelt værdier og ambitionsniveau for ansvarlighed.

Den erkendelse førte til et formaliseret, stærkt udvidet samarbejde i form af det, som DFD nu kalder Sustainable Partnerships, hvor aftalen med Sinatur forhåbentlig kun er den første.

”Det er første gang vi formaliserer et samarbejde på den måde, og det er godt for os at prøve det af. Det er med til at udvikle os og vores ansvarshedsrejse. Og så er det virkelig rart at møde en anden virksomhed, som ønsker at gå langt for at nå sine mål og ambitioner,” siger Kurt Andersen, som er key account manager hos DFD og ansvarlig for aftalen med Sinatur.

DFD og Sinaturs aftale handler om et affaldsfrit samarbejde. Det betyder f.eks., at al kasseret linned genanvendes i den DFD-ejede virksomhed UpCy, så bl.a. kokkejakker og tjenerskjorter hos Sinatur i fremtiden vil være syet af kasserede lagner. Det fører til en besparelse på 4,2 kg CO2 og 1.500 liter vand for hver kokkejakke sammenlignet med en lavet af en ny metervare. En anden del af aftalen handler om et særligt rengøringskoncept fra DFD, som er kemikaliefrit, og hvor snavsede klude føres bort fra Sinaturs lokationer og i stedet indgår i processerne på DFD’s Svane-mærkede vaskerier. Det kan give en CO2-besparelse på helt op til 72%.

”Jeg sidder ind imellem selv i den anden ende af leverandørinvolveringen. Og jeg synes, det er fremragende, at vi ikke bare sender krav ud til leverandørerne i et brev, men i stedet prøver at starte en dialog om, hvem hinanden er. Vi taler med 90% af vores indkøb, vi drikker en kop kaffe og taler om, hvor vi hver især gerne vil hen med vores forretninger, og om det giver basis for at følges ad. Om vi kan finde et fælles mål og lave en handlingsplan. Det, synes jeg, er en helt fantastisk måde at arbejde på,” fortsætter han.

Måden at samarbejde med leverandører på er blevet bemærket uden for egne rækker og førte til, at vi i 2022 modtog prisen Verdens Bedste Indkøber, som uddeles af en række organisationer for indkøbere. Ved tildelingen havde juryen netop lagt vægt på det systematiske samarbejde med leverandører og vores leverandørkodeks.

Den nye samarbejdsmodel er blevet udleveret til flere end 50 leverandører i år – nye og gamle. Med altovervejende god respons.

”De har været meget begejstrede og accepterer, at vi stiller ret massive krav til, hvordan de skal omstille sig de kommende år. Jeg fornemmer, at de ser Sinatur som dem med førertrøjen på, og at det, vi beder dem om, nok bliver ret normalt om nogle år. Så hvis de samarbejder med os, bliver de klar. Det siger vi jo også til dem. At vores leverandøraftale kan ses som et boarding pass til rejsen mod fremtiden,” siger Claus Nielsen.

Nogle af vores leverandører er allerede klar til at levere, det vi ønsker, andre skal have mere tid og måske lidt hjælp fra os til at flytte sig. Den yder vi gerne.

Den nye samarbejdsmodel har dog også betydet et farvel til nogle eksisterende leverandører, primært fordi vi sammen kunne konstatere, at vores værdier og forestillinger om fremtiden i for ringe grad overlappede.

På rejsen mod fremtiden er det nemlig nødvendigt, at man er nogenlunde enige om både ambition, værdier, mål og metode. Og i Sinatur er vi helt sikre på vores: at drive hotel på naturens præmisser.

Aktiviteter og resultater i 2022

- ✓ **Implementeret indkøbspolitik og strategi for samarbejde med centrale leverandører** – hvor vi har kortlagt vores leverandører og udarbejdet **leverandørkodeks** og handleplan, som skal gælde for alle vores eksisterende leverandører og fremadrettet bruges ved indgåelse af nye samarbejder.
 - Ved årets slutning havde vi indgået 30 aftaler, der repræsenterer vores top 100 leverandører.
 - Vi har afholdt **leverandørworkshop** og allerede nu opnået, at leverandører tilvælger Sinatur, fordi de også føler, at Sinatur bidrager til, at de selv vokser og bliver mere konkurrencedygtige.
 - Vi har etableret en **indkøbsgruppe** med repræsentanter fra alle seks hoteller, som har ansvaret for at sikre synergier, arbejde målrettet med og sikre en effektiv proces for indgåelse af leverandøraftaler.
 - Vundet prisen som **Verdens Bedste Indkøber 2022**.

- ✓ **Sikret os unikke bæredygtige produkter** – hvor vi har indgået følgende nye fælles, hovedaftaler med samarbejder med f.eks.:
 - **Sigurd Müller Vine**, som leverer en økologisk Sinatur-vin med bæredygtig emballage og transport. Den giver så vidt vi ved den mest bæredygtige vin vi kan have. Vinene lanceres på hotellerne i 2023.
 - **De Forenede Dampvaskerier (DFD)**, om levering af linned og uniformer til vores medarbejdere af enten specialudviklede eller genbrugte materialer. Kundeforholdet har desuden udviklet sig til et partnerskab, læs mere om det i caseboksen på side 41.
 - **HOUE** – hvor de første havemøbler produceret af HOUE bestående udelukkende af hård plast indsamlet fra Sinaturs hoteller er landet på Frederiksdal. Skal indføres på de øvrige hoteller i takt med, at eksisterende havemøbler skal udskiftes.
 - **Papirværk** – med hvem samarbejdet er blevet udvidet, så de nu samler alt papir fra alle hoteller og sikrer genanvendelse, bl.a. til brug i Sinaturs egne papirbaserede materialer. Aftalen er indgået, og den fulde udrulning sker i 2023. Vi har dog taget glæderne lidt på forskud og produceret en kunstplakat på eget genbrugspapir sammen med Papirværk, som blev benyttet som julegave til kunder i 2022. Overskuddet fra salget doneres til Den Danske Naturfond.
 - **Renli** – som producerer en wellnessserie i samarbejde med Kaffe Bueno, hvor sidstnævnte samler kaffegrums og behandler det, så det kan indgå i hudplejeprodukter. Serien Renli er tilgængelig på alle seks hoteller, og indsamlingen af kaffegrums til produkterne udvides i 2023 fra kun at omfatte Frederiksdal til også at inddrage de øvrige fem hoteller.

- ✓ **Bedre data til GHG-regnskabet** – hvor vi har etableret et strategisk samarbejde med Marius Pedersen med fokus på at gøre tallene mere valide, når det handler om genanvendelse. Vi får også fremover inkluderet forbrugsdata fra vores interne energiledelsessystem i vores GHG-regnskab, ligesom vi har udviklet et dashboard, som fra 2023 vil gøre os bedre i stand til at sætte præcise og realiserbare delmål.
- ✓ **Projekter mod klimapositivitet** – hvor vi f.eks. har fået etableret en ordning, hvor træ fra skoven ved Skarrildhus sendes til Gl. Avernæs, hvor det bruges til flisfyr. Vi har også etableret solceller på Skarrildhus og iværksat undersøgelse om muligheden for alternativ varmforsyning på Frederiksdal. Vi forsøger også at blive klogere på, hvordan vi kan undgå at købe CO2-kvoter ved at undersøge mulighederne for at bevare eller opsamle carbon i de ikke ubetydelige land-arealer, vi ejer. Det sker også i samarbejde med blandt andet Den Danske Naturfond.
- ✓ **Øget indsats på biodiversitet** – hvor vi i 2022 har etableret en blomsterpark på hotellet Storebælt, ligesom vi har arbejdet videre med involvering af gæsterne og dyrkning af råvarer til køkkenet i biodiversitetsparken på Gl. Avernæs.

Mål for fremtiden

Mål for 2030

- 1) Vi er klimapositive og binder mere CO2, end vi udleder
- 2) Vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den

Sådan arbejder vi med at forløse vores 2030 mål

- Vi måler, vejer og synliggør effekten af vores indsatser
- Vi forebygger affald
- Vi skaber konkrete handlefællesskaber med vores leverandører
- Vi investerer i bæredygtige initiativer og løsninger

Mål for 2023

- Vi har etableret et klima- og miljøledelsessystem
- Vi er CO2-neutrale i scope 1 og 2
- Vi har reduceret scope 3 udledning med 20%
- Vi har reduceret mængden af ikke-genanvendeligt affald pr. gæst med 5%
- Alle vores primære leverandører (95% af indkøbsvolumen i kr.) har underskrevet leverandørkodeks og handleplan

En tydelig stemme



Vi insisterer på at gøre en forskel for verden. Både for gæsterne, for branchen og for de lokalsamfund, vi er en del af. Vi bruger vores taletid på at inspirere vores gæster til at tage større ansvar for naturen, alle de virksomheder, vi er i berøring med til ansvarlig virksomhedsdrift, og vi arbejder på at skabe yderligere politisk gehør for vores samfundsambition.

Vores hoteller skal jo ikke være en skilteskov

Sinatur vil gerne inspirere. Til mere ansvarlighed. Til større opmærksomhed på naturen. Til at se konstruktivt på, hvordan man i sit arbejde og virke kan gøre verden bedre. Til at tage ansvar for fremtiden.

”Vi vil faktisk gerne have andre til at gøre det samme som os – inklusive vores kollegaer i branchen. Vi tror, det er den måde, vi bedst kan være bedst for verden,” siger Louise Hauge.

Louise er direktør på Storebælt og er dybt involveret i indsatsområdet ”En tydelig stemme”. Hun er stolt af den indsats, der bliver gjort.

”Det betyder virkelig noget for os, at vi kan lære fra os. Det er derfor, vi aktivt har det med i vores strategi. Når vi kommunikerer, vil vi selvfølgelig gerne have, at det gør os mere kendt i markedet, men det handler i mindst lige så høj grad om at vise, at det kan lade sig gøre at drive hotel med naturen som førstevalg. Jeg er stolt af, at alt vi gør, har et formål, og ikke kun handler om, at vi selv vil opnå noget,” siger hun.

Og Sinaturs stemme bliver stadig oftere hørt, for vi bliver oftere bedt om at fortælle om vores arbejde.

”Grunden til at vi bliver inviteret til at holde oplæg, er ikke mængden af værelser vi har eller vores prisstrukturer. Det er, at vi har fået oversat bæredygtighed til noget, som folk virkelig føler noget for. Både vores gæster, vores leverandører og vores medarbejdere,” siger Louise Hauge.



”Vi vil faktisk gerne have andre til at gøre det samme som os – inklusive vores kollegaer i branchen. Vi tror, det er den måde, vi bedst kan være bedst for verden.”

At finde en balance for gæsterne

Den nok vigtigste af alle grupper at kommunikere med er gæsterne. Gennem de kurser, konferencer og events, som bliver gennemført på de seks hoteller, kommer Sinatur i berøring med op mod 100.000 personer i løbet af et år. Hvis hver af dem efter et ophold hos os ændrer bare én vane mod noget, der er bedre for naturen, så kan det sprede mange ringe i vandet.

”Vi er i 2022 gået i gang med at finde den gode måde at kommunikere med gæsterne. Jeg glæder mig til i endnu højere grad at fortælle, hvor meget vi kan. Jeg tror, det kan blive en wauv-oplevelse for mange,” siger Louise Hauge.

Hun fremhæver dog også, at også her skal der være en balance. Mellem at blive set og lade gæsterne passe sit. Mellem at ville forandre og respektere gæsternes forventninger og valg.

”Vi skal jo ikke lave vores hoteller om til skilteskove. Det er ikke nok med plakater på gangene, klistermærker og postkort på værelser og i receptionen og information på bordene i restauranten. For mange af vores gæster er måske på konference eller kursus en gang om året og har på forhånd nogle forestillinger om, hvad det vil sige. Dem skal vi udfordre samtidig med, at vi skal fortælle, hvorfor vi gør, hvad vi gør. Hvorfor de ikke får den gængse frokost – men en mere grøn udgave, så vi kan mindske vores forbrug af animalske produkter, som er mest CO2-tunge,” siger Louise Hauge.

Spørger man vores gæster, kan de allerede mærke, vores tre værdier: nærvær, natur og gastronomi. I vores kundetilfredshedsundersøgelse for 2022 fik vi en score på mere end 6 ud af 7 på alle tre parametre.



Vi skal have fat i næste generation

Sinatur ønsker at deltage alle de steder, hvor det er muligt at fortælle historien om Sinaturs omstilling. Det er f.eks. undervisning, foredrag og debatter på folkemødet på Bornholm og Klimafolkemødet i Middelfart. Desuden tager vi meget gerne imod klasser fra folkeskoler og erhvervsskoler på vores hoteller.

”Vi skal også gerne forberede næste generation, så de ikke kun vælger vores branche til pga. fagene, men fordi de fag faktisk også kan være med til at gøre en forskel,” siger Louise Hauge.

Og så gør det jo heller ikke noget, hvis Sinatur bliver målestok for, hvordan ansvarlig hotelvirksomhed ser ud. Fordi det føles godt at få anerkendelse, når man tager svære opgaver på sig. Vigtigst er det dog, at det kan skubbe til hele branchen.

”Vi ønsker, at andre vil gøre om ikke det samme, så noget med samme effekt, som det vi gør. Det er derfor vi prøver at tale så højt om det, vi gør for at være bedst for naturen,” afslutter Louise Hauge.

Vi har taget en bid af æblet.

Vi har et dilemma: Det her æble er dyrket af en af vores lokale leverandører, og vi sætter stor pris på både æble, producent og det faktum, at transporten stort set ikke belaster klimaet. Men æblet er dyrket konventionelt. Så hvad vejer tungest: økologi eller lokale råvarer?

Vi har et stort fokus på ansvarlighed og økologi, og har som den eneste hotelkæde i Danmark Det Økologiske Spisemærke i sølv. Alligevel - eller måske netop derfor - støder vi hele tiden på dilemmaer som det med æblet.



Alle taler om bæredygtighed. Derfor er vi holdt op med det.

Vi føler os lidt som en humlebi.

Vi har et dilemma: At være en ansvarlig hotelkæde er lidt ligesom at være en humlebi. Den burde ikke kunne flyve, men den gør det alligevel. Vi skriver vores egen drejebog: Vi stiller alle spørgsmålene selv, vi finder de bedste svar og starter forfra, når noget ikke fungerer. Det er svært, og dilemmaer er der nok af. Faktisk så mange, at vi nogle gange tror, vi aldrig rigtigt kommer i luften. Men så opdager vi, at vi jo faktisk flyver. Og med hensyn til humlebien, så flyver den jo også. Ret fint, faktisk.

Vi vil meget hellere tale om ansvarlighed, for så kommer vi et par spadestik dybere og tager ansvar for mennesker og natur i alt, hvad vi gør. Måske vi kan gå så langt som til at sige, at hvis ikke vi alle begynder at handle mere, så er al den snak om bæredygtighed vel efterhånden ikke så bæredygtig længere?

I en kampagne i 2022 delte Sinatur nogle af de dilemmaer, vi er stødt på i vores arbejde med at levendegøre vores samfundsambition i driften af vores hoteller.

Aktiviteter og resultater i 2022

- ✓ **Større involvering af gæsterne.** På alle hotellerne er der lanceret synlig kommunikation med fokus på Sinaturs ansvarlighed og naturen, ligesom alle hoteller har synliggjort samarbejdet med Den Danske Naturfond, hvor vi køber 1 m2 jord via Den Danske Naturfond, for hvert møde eller konference, der bliver afholdt hos os. I 2022 blev det til 3.000 m2 skov. Siden 2019 har vi bidraget med over 12.000 m2 skov. I 2022 begyndte vi at integrere gulvtæppe med oplysninger om dette initiativ på præcis en kvadratmeter i vores gulve på hotellerne. Kvadraterne er produceret af Egetæpper og lavet af gamle fiskenet og plastikflasker.
- ✓ **Inspiration og synlighed** – hvor Sinatur har deltaget i konferencer, events, og uddannelses-sammenhænge – for både erhverv, forbrugere og kommuner. Mod slutningen af året er der lanceret et masterclass-format, hvor Sinatur gennem uddannelse og eksempler fra vores drift aktivt bidrager til at inspirere turisme-branchen.
- ✓ **Implementeret proaktiv PR-strategi** – hvor Sinaturs synlighed er øget, med mere målrettet pr arbejde, men også mere målrettede nyhedsbreve og skarpere marketingkoncepter. Alle dele er med til at sikre, at vi får fortalt, hvad det vil sige at drive en ansvarlig forretning, heriblandt om de dilemmaer der er forbundet hermed. Det er f.eks. sket gennem en dilemma kampagne, hvor vi fortæller om de erfaringer, vi har gjort os over de seneste år.

Mål og planer for fremtiden

Mål for 2030

- 1) Vi har inspireret vores gæster til at tage større ansvar for naturen
- 2) Vi har inspireret flere virksomheder til ansvarlig virksomhedsdrift

Sådan arbejder vi med at forløse vores 2030 mål

- Vi deler ærligt vores erfaringer med vores omgivelser – også det svære og dilemmafyldte
- Vi deltager i samfundsdebatten
- Vi taler højt, inspirerende og provokerende, så andre lytter
- Vi gør vores gæster klogere på naturen og betydningen af til- og fravalg

Mål for 2023

- Sinatur bliver nævnt i pressen relateret til vores samfundsambition og fem indsatsspor
- Vi inviteres til deltagelse i debatter, arrangementer, netværk etc. relateret til samfundsambition og indsatsspor
- Vi har øget kendskabsgraden og relevante branddrivere i relation til nulpunktsmålning i 2022
- Vi tilvælges aktivt af medarbejdere, gæster og samarbejdspartnere, fordi vi passer på naturen
- Vi har indledt strategisk dialog om partnerskaber med aktører i branchen om væsentlige markeds- og samfundsudfordringer

En sund forretning



Økonomisk robusthed i et marked præget af usikkerhed, inflation og regression er væsentlig. Men en sund forretning kræver også, at vi skaber mere værdi for samfundet, end vi tager. Derfor er vores prioritering den regenerative værdiskabelse.

Vi tager aktivt stilling til kerneforretningen, så vi kontinuerligt redefinerer standarden for, hvad hotel- og konferenceophold er, så vi fremtidssikrer forretningen.

Her mærker vi konsekvenserne af vores valg

For Sinatur er en sund forretning bygget op af høj gæstetilfredshed, glade medarbejdere og en god økonomi. Det har vi. Og det skal vi have. For hvis ikke forretningen er sund, er den næppe heller bæredygtig i længden. Så bliver risikoen for at blive presset ud af markedet af vores valgte og ambitiøse kurs for stor.

”Og så gør det bestemt ikke noget, at vi også ved, at vores gæster og vores medarbejdere når de tager hjem kan tænke, ’vi har været med til at gøre en forskel’ – både for oplevelsen på hotellet men også i en større kontekst.”

Fokus på at skabe og have en sund forretning er også der, hvor vi kan trykprøve konsekvenserne af vores initiativer i de andre indsatsspor. Går det ud over gæstetilfredsheden, når vi lægger et klimahensyn hen over vores gastronomiske profil eller insisterer på at henlede opmærksomheden på, hvad man som gæst kan gøre for at vælge som naturen ville? Får vi svært ved at tiltrække og fastholde gode medarbejdere, når vi stiller høje krav til involvering og forventer, at de personligt forpligter sig overfor naturen? Tjener vores investeringer i nye rengøringskoncepter og indkøb fra lokale producenter sig ikke hjem?

Endnu er ingen af disse scenarier blevet til virkelighed. Tværtimod ser vi kontinuerligt pæne tal på bundlinjen, tårnhøj gæstetilfredshed og medarbejdere, der trives. F.eks. vil 80% af vores gæster i 2022 anbefale Sinatur til andre, og hele 97% ville gerne komme tilbage i løbet af det næste år, hvis de fik mulighed for det.

”Vi leverer god smag i munden på vores hoteller. Og så gør det bestemt ikke noget, at vi også ved, at vores gæster og vores medarbejdere når de tager hjem kan tænke, 'vi har været med til at gøre en forskel' – både for oplevelsen på hotellet men også i en større kontekst,” siger Claus Nielsen, direktør på Frederiksdal hotel og talsperson for Sinatur.

En stolt og inspireret ejer

Sinatur er ejet af Danmarks Lærerforening, som også benytter hotellerne til kurser og møder. Omkring 10% af vores årlige omsætning kan forbindes til vores ejere.

”Vi opfatter Sinatur som noget mellem en samarbejdspartner og en kollega. Det er i al fald tydeligt, at vores medlemmer og medarbejdere føler sig hjemme, når de benytter sig af faciliteterne,” fortæller Anders Sund Pedersen, som er organisationskonsulent i Danmarks Lærerforening.

”Vi er stolte af de resultater, Sinatur leverer og opnår, stolte af de anerkendelser de får. Det er steder, vi meget gerne inviterer gæster med hen,” fortsætter han.

Anders er bl.a. ansvarlig for arbejdet med Danmarks Lærerforenings grønne omstilling, og her har Sinatur været en tydelig inspirationskilde.

”Vi er f.eks. i gang med at få udviklet vores egen udgave af de 10 gode klimaråd, Sinatur har udarbejdet. Og vi får opgjort vores forenings klimaaftryk i både scope 1, 2 og 3. Ligesom Sinatur. De viser vejen, og at det faktisk betaler sig at skubbe på og bruge sit krudt på bæredygtighed, fordi det gør en forskel,” siger Anders Sund Pedersen.

For 10 millioner blandet klimaindsats

DLF har desuden øremærket 10 millioner kr. til at bruge på yderligere investeringer i reduktion af CO2-udledninger. I 2022 har vi udarbejdet tilstandsrapport på alle seks hoteller og fået hjælp af konsulenter til at udarbejde et grundlag for at prioritere de mange muligheder. Rapporterne giver et godt indblik i, hvilke tiltag der vil være særdeles gode for klimaet, men for en vis del også den økonomiske bundlinje. Det arbejde vil begynde i 2023.

”Vi er stolte af de resultater, Sinatur leverer og opnår, stolte af de anerkendelser de får. Det er steder, vi meget gerne inviterer gæster med hen.”



Aktiviteter og resultater i 2022

- ✓ **Økonomisk bæredygtig** – hvor vores økonomiske målsætninger er opfyldt i overensstemmelse med vores ejeres forventninger.
- ✓ **Tilfredse gæster** – hvor vi i vores undersøgelser af gæstetilfredshed opnår en score på 72 (ud af 100), som vil anbefale vores hoteller. Benchmarket for dette er 60.
- ✓ **Nye leverandørsamarbejder** – med aftaler der både har fokus på ansvarlighed og økonomiske besparelser gennem færre transporter, større volumen hos udvalgte leverandører og mindre spild.
- ✓ **Øremærkede midler til grøn omstilling** – hvor eksterne rådgivere har kortlagt mulige besparelser- og investeringsområder til udmøntning af 10 millioner kr. tildelt af vores ejere for at sikre yderligere reduktioner i energiforbrug og CO2-udledninger.

Mål for fremtiden

Mål for 2030

- 1) Vi har skabt mere værdi for samfundet og naturen, end vi har taget
- 2) Vi har redefineret standarden for, hvad hotel- og konferenceophold er

Sådan arbejder vi med at forløse vores 2030 mål

- Vi sætter nye standarder for værdiskabelse, vækst og profit
- Vi bevarer økonomisk robusthed i en omskiftelig verden
- Vi er nysgerrige på nye værditilbud, der involverer og respekterer naturen
- Vi betaler tilbage for fortidens ressourcetræk

Mål for 2023

- Vi når den budgetterede overskudsgrad på 15% i gennemsnit
- Vi har defineret en ramme for, hvad samfunds- og naturværdi er for Sinatur
- Vi øger scoren i B Corp-recertificering (2020 reference er 108,6 points)



www.sinatur.dk