



ESG Impact Rapport 2023

- Kort udgave

Denne ESG Impact Rapport er udarbejdet ud fra et ønske om at skabe synlighed og gennemsigtighed i Sinaturs arbejde med bæredygtighed og ansvarlighed.

Certified



Corporation



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

ESG Impact Rapport

Om rapporten



Denne version af vores ESG Impact Rapport for 2023 er en forkortet udgave. Du kan læse den fulde version [her](#).

Rapporten dækker alle vores seks lokationer og beskriver de gennemførte indsatser og resultater for 2023 og danner også grundlag for vores 2023 Communication on Progress rapport til UN Global Compact. Vi har også i rapporten fokus på vores fremadrettede ambitioner og målsætninger for at give et billede af, hvad vi ønsker at fokusere på i de kommende år.

Udover denne rapport har vi også for 2023 udarbejdet årsregnskab og klimaregnskab efter GHG-protokollen, hvor vi i sidstnævnte måler vores CO₂e aftryk i både scope 1, 2 og 3.

Det er vores håb, at vi med vores rapportering giver dig som læser et inspirerende indblik i, hvordan vi i Sinatur arbejder med ansvarlighed og ESG, og hvor vi er på vej hen.

God læselyst.

Indholdsfortegnelse

| | |
|---|----|
| Ledelsesberetning | 3 |
| Sinatur Hotel & Konference og vores forretning | 4 |
| Sinatures tilgang til ansvarlighed | 6 |
| Sådan arbejder Sinatur med ansvarlighed i hele forretningen | 12 |
| En sund forretning | 13 |
| Bedst for mennesker | 17 |
| Mad med holdning | 22 |
| Forbrug uden spild | 26 |
| En tydelig stemme | 33 |
| ESG-tabel | 37 |
| Vi bliver hele tiden klogere | 39 |



Ledelsesberetning



Vi aflyser konkurrencen

2023 blev året, hvor vi for alvor har inkorporeret ESG-terminologien (Environment, Social og Governance) i vores strategiske arbejde og dermed også i vores impact rapport. Vi har for første gang prøvet kræfter med det nye EU rapporteringsdirektiv – CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) – og de tilhørende ESRS-standarder (European Sustainability Reporting Standards). Vi har gennemført en dobbelt væsentlighedsvurdering, og vores mål for 2023 har været at øve os i at anvende standarderne og integrere dele af dem i vores strategi og i vores rapportering, som vi nu har døbt: 'ESG Impact Rapport'.

Selvom navnet er nyt, har det ikke ændret ved, at jeg som direktør i Sinatur endnu en gang er både glad og stolt over, at vi kan fremvise rigtigt positive resultater.

Og det er der mere end nogensinde brug for. For 2023 blev et år med flere konflikter både i Ukraine og i Gaza, og det blev året med nye og helt uhørte naturkatastrofer – også i vores nærhed. Derfor er der sat endnu en fed streg under vigtigheden af behovet for handling og fællesskab.

Af samme årsag er vi stolte over, at vi i 2023 har indsendt vores B Corp-certificering og ved udgivelsen af denne rapport spændt venter på at modtage resultatet. Det er dog vores klare forventning, at vi scorer højere end i 2020 og dermed høster frugterne af vores indsatser de seneste tre år. Vi ser det nemlig ikke som en mulighed ikke at tage ansvar, såvel socialt som klimamæssigt, da det er både en forventning og en investering i fremtiden.

Og heldigvis nytter indsatserne. Klimaregnskabet for 2023 viser, at vi har mindsket vores udledning af CO₂e med mere end 2.000 tons siden 2019, hvilket samtidig svarer til cirka 30 procent af vores samlede udledninger. Det har længe været vores mantra, at vi ville være CO₂e-neutrale i scope 1 og 2, og vi er da også ganske tæt på. Alligevel overvejer vi, om det ikke vil give bedre mening at ændre denne målsætning og i endnu højere grad koncentrere vores ressourcer om indsatser i scope 3, hvor vi kan skabe en langt større impact.

Det er blot en af de erkendelser, vi er kommet til undervejs i arbejdet med vores samfundsambition og strategi. Forudsætningerne ændrer sig konstant i en foranderlig verden, og heldigvis bliver vi også klogere og klogere og tilegner os hele tiden ny viden.

Vi må konstatere, at de lavthængende frugter er plukket, og der ikke er flere toiletter uden dobbeltskyl eller glødepærer, der skal udskiftes. De knapper, vi skal dreje på nu, er vanskeligere og inkluderer alle led i vores værdikæde. Derfor er det også afgørende for os fortsat at tage ansvar og deltage i vidensdeling og sparring i og udenfor branchen. I 2024 kommer der desværre næppe verdensfred, men forhåbentlig bevæger vi os i den rigtige retning, hvad angår klima- og biodiversitetskrisen. Vi er jo godt klar over, at de mål, vi har opnået indtil videre, intet fylder i en global kontekst, men kan vi lære af hinanden og adoptere gode ideer, kan det for alvor få betydning.

Vi har et stort fokus på, hvordan vi bidrager til en ansvarlig leverandørkæde – også globalt. Derfor har det givet rigtig god mening for os at blive medlem af Etisk Handel og derigennem kunne medvirke til en mere ansvarlig og retfærdig global handel.

Er centralt fokusområde i 2023 var også branchefællesskabet "Moving Hospitality", som Sinatur har taget initiativ til, og hvor en række hoteller samarbejder om den bæredygtige dagsorden. Det er både vores håb og tro, at flere hoteller vil komme til, og at dette kan speede processen op for alle. Vi kan flytte meget sammen og behøver ikke at konkurrere, når det handler om den grønne dagsorden.

I alt hvad vi gør, har vi et ønske om at give mere tilbage, end vi tager. Det betyder blandt andet, at vi hele tiden er i en forandringsproces, og at vi i de kommende år ønsker at blive klogere på en mere regenerativ ledelsesform og tilgang til at drive forretning. Med nogle af branchens dygtigste og mest dedikerede medarbejdere er vi i det hele taget klar til at indfri nye målsætninger i 2024 og sætte nye standarder for ansvarlig virksomhedsdrift. På klimaets vegne er der ikke mange skud tilbage i bøssen, så vi skal tage vare på dem, der er, men fortsat også have modet til at turde.

På vegne af Sinatur Hotel & Konference
Claus Nielsen, administrerende direktør

Sinatur Hotel & Konference og vores forretning

Sinatur Hotel & Konference består af seks unikke hoteller placeret på Fyn, Sjælland og i Jylland. Hvert hotel ligger omgivet af den smukke danske natur med strand, skov, vandløb, søer eller bakkede ådale.

Siden Sinatur blev etableret som hotelkæde i 2007, har vi arbejdet med udgangspunkt i vores tre kerneværdier: **Nærvær, gastronomi og natur**. De er sidenhen blevet udgangspunktet for vores ambitiøse samfundsambition og strategi, hvor vi hver dag gør os umage for at **drive hoteller på naturens præmisser**.

Vi er ejet af Danmarks Lærerforening og vores primære forretningsområde er at levere møde- og konferenceoplevelser af høj kvalitet med nærvær og natur i centrum. Men vi byder også vores gæster indenfor til weekend-ophold, festlige anledninger, events og restaurantbesøg.

Vi har et hjerte, der banker for det grønne og det menneskelige, og vi har et dagligt fokus på at drive en ansvarlig forretning. Vores samfundsambition om at drive hoteller på naturens præmisser er udgangspunktet for alt, hvad vi gør. Alle de valg vi træffer. Og det kan kun lade sig gøre, fordi vores medarbejdere hver dag gør en kæmpe indsats for at sikre, at vi lever op til det, vi siger.

Vi kunne heller ikke gøre det uden et tæt samarbejde med alle vores leverandører og samarbejdspartnere, som vi inspirerer og bliver inspirerede af til at udvikle nye metoder og produkter, der hjælper os med at blive bedre til at reducere vores negative impact og udvikle nye og mere ansvarlige løsninger.

Vi driver også vores forretning for at skabe impact hos vores gæster og i vores branche. Vores holdning er, at vi bliver nødt til at aflyse konkurrencen og istedet samarbejde, hvis vi skal hjælpe den grønne omstilling på vej.

Med vores placering i den danske natur følger også et ejerskab af større jord- og skovarealer og dermed også et stort ansvar for at forvalte og udvikle arealerne respektfuldt. Derfor har vi også en vigtig opgave i at blive klogere på, hvordan vi kan bidrage til at beskytte naturen både på land og i vand og bidrage til EU's biodiversitetsstrategi, der har til formål at sikre genopretning og bevarelse af biodiversitet og natur. Vi er særligt nysgerrige på, hvordan vi gennem vores forretning kan bidrage til naturpleje og udvikling af områderne omkring os.

I det hele taget er vi i Sinatur en stærk gruppe bestående af seks unikke og ambitiøse hoteller. Vi arbejder tæt sammen for at løfte hinanden og gøre det til en positiv intern konkurrence at være de bedste til at drive en fortsat udvikling og bevare vores position som en af Danmarks mest ansvarlige hotelkæder.



Sinaturs samfundsambition

Vi driver hoteller på naturens præmisser

Sinatur's tilgang til ansvarlighed

I Sinatur er vi først og fremmest drevet af vores samfundsambition om at drive hoteller på naturens præmisser og vores tre værdier: Nærvær, gastronomi og natur. Helt konkret betyder det, at vi i de beslutninger, vi træffer i hverdagen, har for øje, om vi gør, som naturen siger, og er nærværende i vores relationer til hinanden og til omverdenen.

Kærligheden til naturen og respekten for den er udgangspunktet for alt, hvad vi foretager os. Som virksomhed vil vi bidrage til at skabe et samfund, hvor alle kan trives og vokse i pagt med hinanden, naturen og kloden. Det kræver nye løsninger, der får natur og mennesker til at blomstre. Og det kræver, at vi er modige og nysgerrige. Sammen skal vi investere, teste, prøve igen og hele tiden blive klogere på, hvad vi kan lære af naturen og hinanden, så vi kan skabe en mere ansvarlig

branche indenfor hotel og konference. Og ikke mindst inspirere andre til også at tage et større ansvar.

Én samlet strategi

For at kunne fastholde det fokus i hverdagen har vi sat vores samfundsambition helt centralt i vores strategi. Vi har således ikke en isoleret strategi for ansvarlighed, men én samlet forretningsstrategi med fokus på at være ansvarlige i vores forretningsdrift.

For at sikre, at den strategi når ud i alle hjørner af vores organisation, har vi valgt at bygge den op omkring fem strategiske spor, der dækker hele vores forretning.

De fem spor er:



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 til at gøre vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer.



En tydelig stemme

I Sinatur insisterer vi på at gøre en forskel for verden. Både for gæsterne, for branchen og for de lokalsamfund, vi er en del af. Derfor bruger vi vores taletid på at inspirere vores gæster til at ændre vaner og tage større ansvar for naturen. Vi arbejder målrettet på, at alle de virksomheder, vi er i berøring med, bliver inspireret til en endnu mere ansvarlig virksomhedsdrift. Ligesom vi arbejder på at skabe yderligere politisk gehør for vores mærkesager.



Mad med holdning

I Sinatur er vi passionerede omkring den mad og de drikkevarer, vi serverer for vores gæster. 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 er afspejlet i alle de valg, vi træffer fra jord til bord.



En sund forretning

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

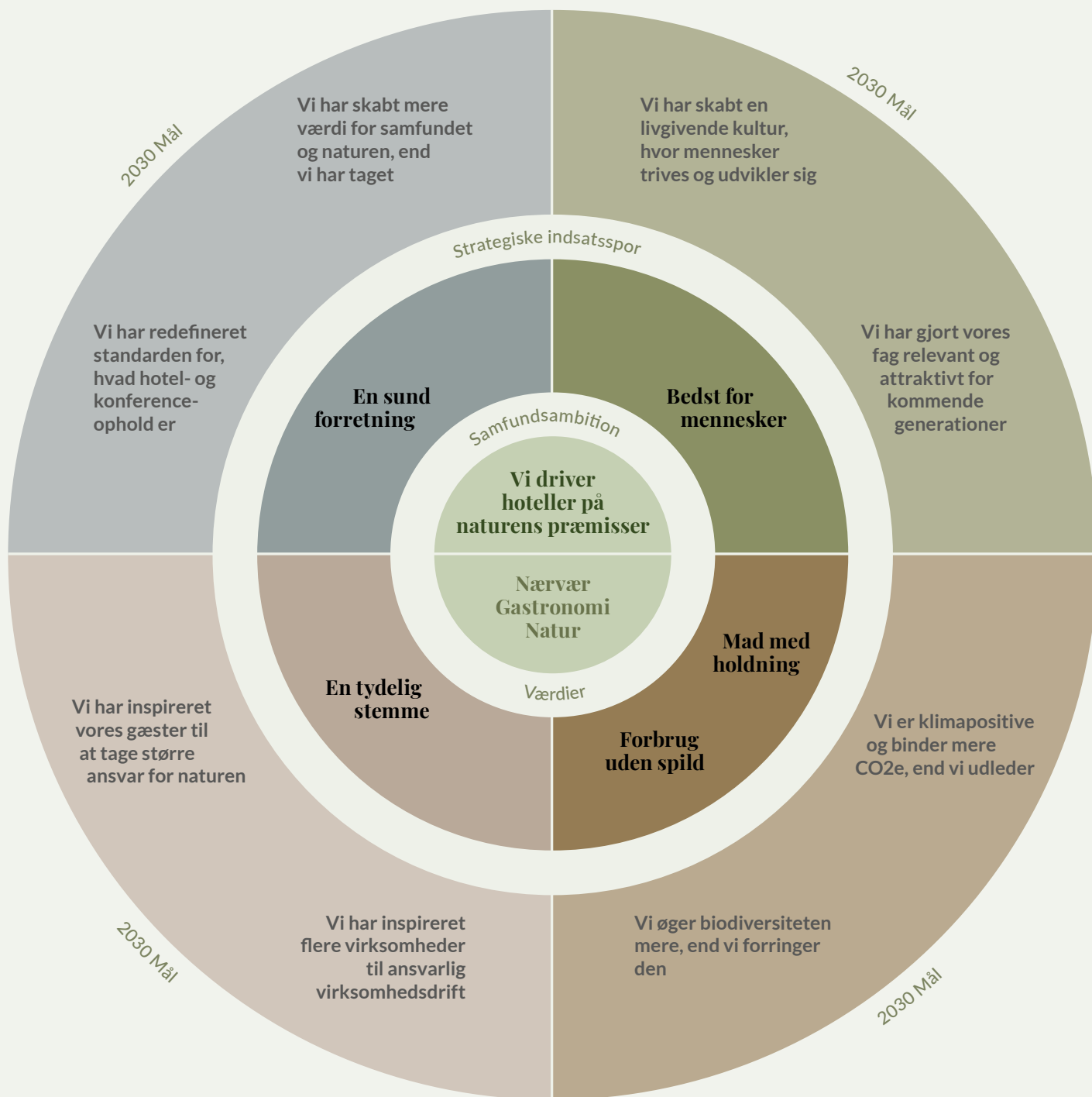


Forbrug uden spild

Naturen har ingen spild, der kan alt bruges, og alt spiller en rolle. I tæt samspil med alle vores leverandører arbejder vi i Sinatur på at blive klimapositive – det vil sige binde mere CO₂e end vi udleder – og på at øge biodiversiteten mere, end vi forringer den. Derfor er dem, vi handler med, godt selskab, og vi forpligter os gensidigt til at handle sammen, fordi det sikrer, at vi når længere.

En ambitiøs 2030-strategi

Under hvert af de fem indsatsspor har vi defineret ambitiøse 2030-mål, som vi hvert år følger op på og definerer konkrete delmål og indsats for, som vi løbende arbejder for at opfylde.





ESG som den nye ABC

I Sinatur har vi arbejdet med ansvarlighed længe før det blev almindeligt at tale om det i direktionlokalerne – og længe før det blev et krav. Men i al den tid har det heddet mange forskellige ting, og der har været mange forskellige opfattelser af, hvad bæredygtighed og ansvarlighed dækker over.

Med ESG-terminologien har vi fået en ny ABC for bæredygtighed og ansvarlighed. Det giver en fælles forståelse for, hvad ansvarlighed indebærer for virksomheder – på tværs af brancher og landegrænser.

Derfor har det også været naturligt for os at indarbejde ESG i vores strategi.



ENVIRONMENTAL KLIMA- OG MILJØFORHOLD

Klimaforandringer, CO₂e, Forurening, Vand, Biodiversitet, Affald, Genanvendelse og cirkulær økonomi



SOCIAL SOCIALE FORHOLD

Arbejdsforhold for egne medarbejdere, Arbejdsforhold for ansatte i værdikæden, Berørte samfund, Forbrugere



GOVERNANCE VIRKSOMHEDSLEDELSE OG -ADFÆRD

God forretningskik, Etik, Whistleblower, Antikorruption



B Corp sikrer dokumentation og transparens

For at sikre, at vi kan dokumentere vores indsatser og skaber værdi for alle vores interessenter, valgte vi tilbage i 2020 at blive B Corp-certificerede, og i dag er vi stadig Nordens eneste B Corp-certificerede hotelkæde.

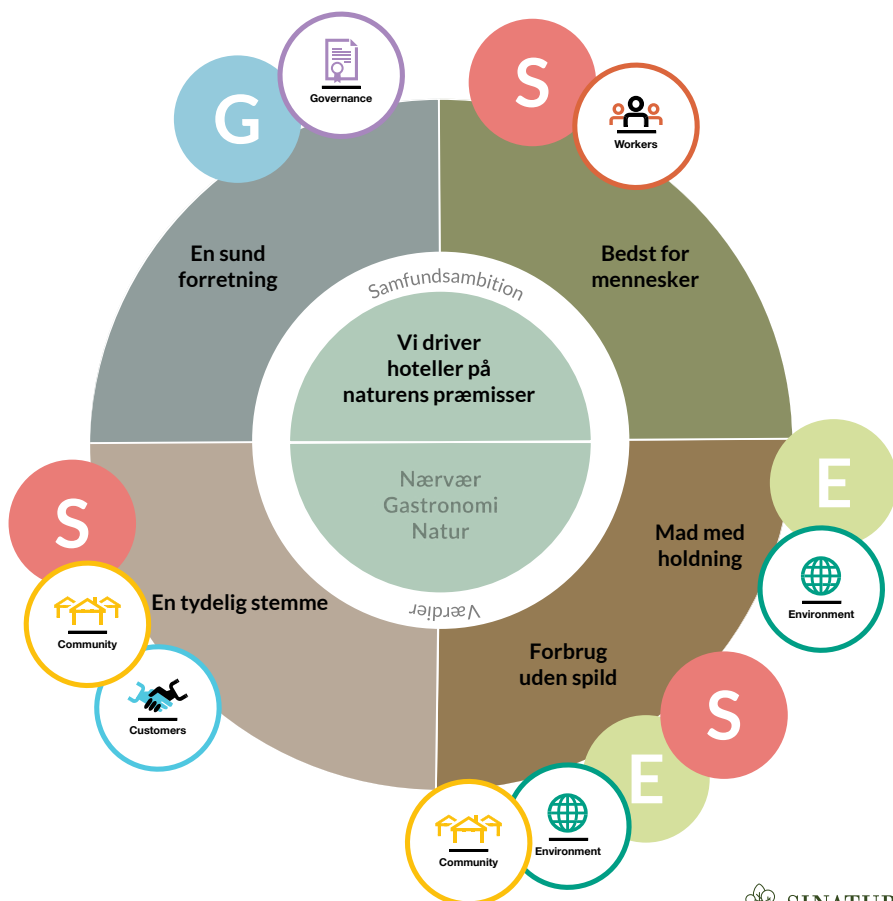
Vores B Corp-certificering skal sikre, at vi hele tiden stræber efter at være bedst FOR verden og ikke bedst i verden. Hvert tredje år lader vi os måle og veje på mere end 250 forskellige spørgsmål om vores sociale og miljømæssige værdiskabelse.

Alle dele af vores virksomhed bliver vurderet, og alle handlinger dokumenteret – lige fra indkøb af mad til hvordan vi udviser social ansvarlighed. B Corp måler os på fem områder – Workers, Environment, Community, Governance og Customers, som passer godt sammen med vores fem strategiske indsatsspor i vores samlede strategi.

I 2023 indsendte vi vores ansøgning om at blive re-certificeret, og vi kan tydeligt se, at der er sket fremskridt i de tre år, der er gået.



Vi er stolte af, hvor langt vi er i forhold til at skabe en integreret tilgang til ansvarlighed. Når vi kobler Sinaturs egen tilgang til ansvarlighed med B Corp-certificeringen og de nye standarder fra EU, ser det sådan her ud:



Det har vi opnået

Fordi vi har en klar strategi og ikke mindst nogle af de mest dedikerede medarbejdere, der sætter ansvarligheden først hver dag, har vi opnået en lang række mål, anerkendelser og certificeringer, som vi er meget stolte af.

Det betyder ikke, at vi står stille. For der er stadig masser af arbejde foran os, hvis vi skal kunne forløse vores 2030-mål. Men vi mener stadig, at vi godt kan tillade os at fejre det, vi har opnået indtil videre.



Sinatur's certificeringer, mærkningsordninger og partnerskaber



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 medlem af Etisk Handel, der er den danske platform for virksomheder og organisationer, der arbejder for ansvarlig og bæredygtig handel, og dermed er vi også forpligtet til at arbejde med de 13 principper for etisk handel.



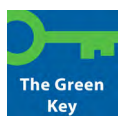
Vi er en del af UN Global Compact, hvor vi forpligter os til at arbejde med Global Compacts 10 principper inden for menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø, anti-korruption og de 17 Verdensmål.



Vi har et verificeret klimaregnskab, hvilket vil sige, at vi har fået kortlagt vores CO₂e-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 CO₂e-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.

Sådan arbejder Sinatur med ansvarlighed i hele forretningen

– *dilemmaer og succeser*



Arbejdet med vores samfundsambition, strategi, B Corp og ESG giver os et tydeligt pejlemærke. Men for at vi skal kunne skabe reel forandring, skal der ikke kun være en klar ambition nedfældet i strategien. Den skal omsættes til hverdagen, til konkrete handlinger og målbare initiativer, som vi har gjort med vores 2030 mål og de fem strategiske indsatsspor. Det er dejligt håndgribeligt, fordi det udstikker en tydelig retning med konkrete indsatser og KPI'er, som vi kan styre efter og måle fremdrift på. På de efterfølgende sider kan du læse om de centrale ting, som har fyldt i 2023, de resultater vi har opnået, og de mål vi har for de kommende år.



Governance

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 i en ansvarlig kontekst, så vi fremtidssikrer forretningen.



Gennemførte indsatses 2023

– *En sund forretning*

- ✓ **Økonomisk bæredygtig:**
Vores økonomiske målsætninger er opfyldt i overensstemmelse med vores ejeres forventninger.
- ✓ **Integrering af AI i booking flow:**
Første skridt er taget i forhold til integrering af AI i vores booking-system og flow. Testen af den første integration på Frederiksdal er afsluttet i Q4 i 2023, og systemet implementeres på de øvrige hoteller i begyndelsen af 2024. Formålet er at sikre, at der er valide data, og at der er mulighed for at overvåge forbrug af fx vand, el, indkøb og madspild.
- ✓ **Submittet B Corp-re-certificering:**
Vi har nu været B Corp-certificerede i tre år og skal derfor re-certificeres. Vi har struktureret gennemgået vores forretning med afsæt i en B Impact Assessment, og i slutningen af 2023 indsendte vi ansøgning om re-certificering. Vi afventer endelig verificering af vores pointtal for re-certificeringen og ser frem til at arbejde videre som certificeret B-Corp.
- ✓ **Styrket dataindsamling på miljø og klima:**
Vi har med indførelsen af klima- og miljøledelsessystemet Power BI fået skabt et godt fundament for en udførlig og valid dataindsamling på tværs af de seks hoteller. Systemet er sat op i 2023, så alle data samles et sted og er sammenlignelige for alle hoteller. I 2024 fortsætter arbejdet med at etablere strukturer og processer og sikre, at de rette ledelsesprocesser etableres.
- ✓ **Størstedelen af vores leverandører har underskrevet samarbejdskodeks:**
Mere end 85 procent af vores primære leverandører (95 procent af indkøbsvolumen i kr.) har ved udgangen af 2023 underskrevet vores samarbejdskodeks (Sinaturs leverandør code of conduct) og dermed sagt ja til – i samarbejde med Sinatur – at arbejde målrettet på at minimere aftrykket på klima, miljø og natur, investere i at udvikle nye og mere ansvarlige løsninger og sikre arbejdstager- og menneskerettigheder i værdikæden. I 2024 fortsætter arbejdet med at styrke leverandørsamarbejderne og få alle leverandører med.
- ✓ **Øremærkede midler til grøn omstilling:**
I 2022 fik vi 10 millioner kr. tildelt af vores ejere for at sikre yderligere reduktioner i energiforbrug og CO2e-udledninger. De tiltag til mulige besparelser og investeringer er vi stadig i gang med at planlægge.
- ✓ **Tilfredse gæster:**
I vores undersøgelser af gæstetilfredshed har vi opnået en høj NPS-score på 76 (ud af 100), som vil anbefale vores hoteller.

Resultater og mål

– En sund forretning

| | Enhed | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---------|-------|---------|--------|
| Virksomhedsadfærd | | | | |
| Whistleblower | Antal | 0 | 1 | - |
| Betalingspraksis i forhold til betaling af fakturaer* | Dage | - | Max. 30 | - |
| Økononisk mål | | | | |
| Overskudsgrad | Procent | - | 15 | 15 |
| B Corp recertificering | | | | |
| Pointscore | Point | 108,6 | N/A | +108,6 |

* Betalingsbetingelser: Det er afgørende for os at sikre en sund økonomi, og et vigtigt forhold her er vores betalingsbetingelser, hvorfor vi har en politik for dette. Den bidrager til at styre vores likviditet og sikre, at vi betaler vores leverandører til tiden. Vores tydelige betalingsbetingelser reducerer også risikoen for misforståelser og tvister med vores gæster.

2024–2025 strategi

– *En sund forretning*

Ønskede resultater 2024/25

Planlagte indsatser 2024/25

Sinatur har en effektiv og værdiskabende ledelsesmodel, baseret på troværdige og transparente data, og vi kan dokumentere resultater.



Automatisering og kvalificering af data.

Sinatur anvender AI værdiskabende til kapacitetsudnyttelse og økonomisk rentabilitet.



Implementere AI på alle hotellerne.

Sinatur arbejder proaktivt med monitorering, forebyggelse og afhjælpning af risici i hele værdikæden.



Supply Chain Due Diligence.

Sinatur har en natur- og biodiversitetsstrategi.



Formulere ambition for natur og biodiversitet.

DLF er en tæt medspiller i udviklingen af en regenerativ tilgang til fremtidens hotel & konference.



Styrke samarbejdet med ejerskabet.

Mål 2030

Vi har redefineret standarden for, hvad hotel- og konferenceophold er

Vi har skabt mere værdi for samfundet og naturen, end vi har taget



Social

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 til at gøre vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer.



Gennemførte indsatser 2023

– *Bedst for mennesker*

- ✓ **En sund og livgivende organisation:**

Alle ledere var i starten af 2023 på bootcamp med henblik på at skabe et særligt fokus på den mentale og fysiske sundhed i Sinatur. Vi har introduceret Sinaturs Sundhedsscan og dermed et målrettet fokus på at prioritere sundhed og trivsel og styrke fundamentet for, at vi kan arbejde aktivt med at skabe en kultur, hvor vi er 'hinandens gartnere'.
- ✓ **Styrket den interne onboarding:**

Vi har sat flere ting i værk for at sikre den interne onboarding af medarbejderne på de strategiske initiativer. Det er vores mål, at alle medarbejdere skal have let adgang til viden om, hvad vi sætter i søen internt. Det gør vi gennem Teams intro, gennem indslag i vores medarbejderradio og via Sinatur-app'en, som alle medarbejdere har adgang til. Initiativer som disse er afgørende for, at vores medarbejdere føler sig klædt på til at dele vores strategiske fokus og erfaringer med gæsterne.
- ✓ **Professionalisering af uddannelsesforløb for medarbejdere:**

Vi har fokus på at give alle vores medarbejdere mulighed for at videreudanne sig indenfor deres egen faglighed eller tilegne sig nye færdigheder. I 2023 har 178 medarbejdere gennemført forløb inden for ledelse, førstehjælp, housekeeping m.m.

Nogle af kursustilbuddene giver ECTS-point. I 2023 har 47 medarbejdere deltaget i kurser, der giver ECTS-point:

 - Coaching og konflikthåndtering - 14 medarbejdere
 - Oplevelsesledelse - 7 medarbejdere
 - Kommunikation i praksis - 8 medarbejdere
 - Lederens forretningsforståelse - 10 medarbejdere
 - Service, oplevelser og værtsskab - 7 medarbejdere
 - Human Ressource Management - 1 medarbejder
- ✓ **AMO-kurser i mobning og chikane:**

Mobning og chikane er en væsentlig risiko i vores branche. Derfor har vores Arbejdsmiljøorganisation i år haft et særligt fokus på, hvordan vi undgår mobning og chikane på arbejdspladsen.
- ✓ **Høj medarbejdertilfredshed:**

Den gennemførte årlige medarbejdertilfredsundersøgelse viser, at vi fortsat har en høj medarbejdertilfredshed og høj trivsel blandt vores ansatte. Vi har i undersøgelsen en svarprocent på 75 procent og en NPS-score på +22, som er et meget tilfredsstillende resultat.

- ✓ **Ambassadørerne tager yderligere ansvar:**

Arbejdet med Sinaturs ambassadørgruppe har fortsat et stort fokus i 2023 på alle seks hoteller. Blandt andet har vi afholdt to bootcamps for Sinaturs superambassadører på tværs af hotellerne. Fokus har været på at styrke struktur, processer og vidensdeling på tværs af hotellerne, så ambassadørerne har de bedste forudsætninger for at inspirere og involvere deres kollegaer på hotellerne og dermed bidrage til, at vores samfundsambition hver dag udledes.
- ✓ **Fleksible vagtplaner**

Balancen mellem arbejdsliv og privatliv er afgørende for, at vores medarbejdere trives. Derfor tror vi også på, at tiden er løbet fra stereotype vagtplaner, hvor alle medarbejdere skæres over en kam. Vi ønsker i videst muligt omfang at møde hver enkelt medarbejder i forhold til, hvor de er i deres liv. Der kan være familiære hensyn, men også afstanden mellem arbejdsplads og bopæl, transportmuligheder m.v. Vores ambition er, at vi kan skræddersy en arbejdsdag, hvor alle føler, der er en balance og et fornødent hensyn. Det har meget stor prioritet for os. Selvfølgelig skal alle ønsker kunne forsvares ud fra et driftsmæssigt synspunkt, og vi har naturligvis samtidig en forpligtelse til at overholde alle overenskomstmæssige regler. Men vi er villige til at gå langt for at imødekomme de behov, der måtte være og ligeledes tegne lokalaftaler, hvis dette giver mening.
- ✓ **Samarbejde omkring fornyelse af tjeneruddannelsen:**

Sinatur er indgået i et nyt samarbejde med Horesta omkring, hvordan tjeneruddannelsen kan fornyes og gøres mere attraktiv. Det er et samarbejde, som er on-going, men som er kommet rigtigt godt fra start i 2023.
- ✓ **Adoptionsklasser inspirerer kommende generationer**

Alle seks hoteller havde i 2023 tilknyttet en adoptionsklasse. En folkeskoleklasse, der besøger hotellerne mindst to gange om året. Indholdet af skolebesøgene aftales og planlægges i samarbejde med klasselærerne og faciliteres af Relationsnetværket. Formålet er at give eleverne en indsigt i, hvordan deres teoretiske læring i klasseværelset kan bruges i praksis. Samtidig giver det os mulighed for at vise eleverne de mange sider af vores branche og synliggøre hvor mange forskellige kompetencer, vi har brug for.
- ✓ **Whistleblowerordning:**

Vores whistleblowerordning er implementeret, og vi har løbende fokus på at sikre, at alle kender til den, og at den er tilgængelig. Whistleblowerordningen, giver vores medarbejdere, leverandør, gæster og andre interessenter mulighed for at rapportere om uregelmæssigheder, ulovlig adfærd eller etisk tvivlsomme handlinger i Sinatur. Vi ønsker at skabe en kanal, hvor bekymringer kan rapporteres uden frygt for gengældelse. Det er vigtigt for Sinatur, at vi har gennemsigtighed, integritet og ansvarlighed i vores organisation og samtidig muliggør, at vi sikrer en håndtering af problemer med retfærdighed.

Resultater og mål

– Bedst for mennesker

| | Enhed | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---------|-------|---------------------|---------|
| Karakteristik for virksomhedens ansatte | | | | |
| Fastansatte opdelt på køn | | | | |
| Kvinder | Antal | - | 156 | - |
| Mænd | Antal | - | 119 | - |
| Ansatte med ikke-garanterede timer opdelt på køn | | | | |
| Kvinder | Antal | - | 218 | - |
| Mænd | Antal | - | 115 | - |
| Samlet antal der har forladt virksomheden | | | | |
| Fastansatte | Antal | 70 | 60 | - |
| Reserver | Antal | 145 | 150 | - |
| Kollektive overenskomster | | | | |
| Andel af samlet antal ansatte omfattet af OK | Procent | - | 91,41 | - |
| Mangfoldighedsparametre | | | | |
| Alder | | | | |
| <30 | Antal | - | 319 | - |
| 30-50 | Antal | - | 179 | - |
| >50 | Antal | - | 110 | - |
| Kønsfordeling i topledelsen | | | | |
| Kvinder | Antal | 3 | 3 | - |
| Mænd | Antal | 3 | 3 | - |
| Nationalitet | | | | |
| Andet statsborgerskab end dansk | Procent | - | 19 | - |
| Personer med handicap | | | | |
| Andel af personer med handicap opgjort på særlige vilkår | Procent | - | 4,80 | - |
| Sundhed og sikkerhed | | | | |
| Dødsfald som følge af arbejdsrelaterede skader og helbred | Antal | 0 | 0 | 0 |
| Arbejdsrelaterede skader/ulykker | Antal | 15 | 8 | - |
| Sygefravær, ekskl. langtidssygemeldte | Procent | 1,96 | 2,42 | - |
| Sygefravær, langtidssygemeldte | Procent | 2,57 | 1,81 | - |
| Total sygefravær | Procent | 4,53 | 4,23 | max. 5 |
| Lønforinkel og samlet aflønning | | | | |
| Kønsbestemte lønforskelle | Procent | 0-3,5 | Opgøres i juni 2024 | - |
| Ligebehandling - klager, hændelser | | | | |
| Klager og hændelser om diskrimination | Antal | 0 | 0 | 0 |
| Medarbejdertilfredshed | | | | |
| ENPS score | Score | - | +22 | +22 |
| Svarprocent i medarbejdertilfredshedsundersøgelse | Procent | - | 76 | - |
| Udannelse og elever | | | | |
| Elever | Antal | - | 22 | min. 20 |
| Pointgivende uddannelse (ECTS) - gennemført | Antal | 34 | 47 | - |
| Arbejdstagere: Socialt ansvar i værdikæden | | | | |
| Underskrevet leverandørkodeks og handleplan (primær leverandører) | Procent | - | 85 | 95 |

2024–2025 strategi

– Bedst for mennesker

Ønskede resultater 2024/25

Planlagte indsatser 2024/25

Sinators kultur skaber betingelserne for, at mennesker udvikler sig og trives.

- Sund Kultur.
- Udvikling og uddannelse til alle.
- 'Gender pay gap'-analyse.

Sinators samfundsambition lever blandt alle medarbejdere.

- Train the trainer.
- Viden om ansvarlighed.

Ambassadørprogrammet er en værdsat og integreret del af Sinators arbejde med ansvarlighed.

- Styrke ambassadørerne.

B Corp – og arbejdet med BIA'en – er forankret i hele organisationen, og der arbejdes løbende med forbedringer.

- Kendskab til B Corp.
- Forankre BIA'en ledelsesmæssigt.

Sinatur bidrager til at italesætte strukturelle udfordringer med rekruttering til branchen.

- Samarbejde med Horesta.
- Sinators elevprogram.

Mål 2030

Vi har skabt en livgivende kultur, hvor mennesker trives og udvikler sig

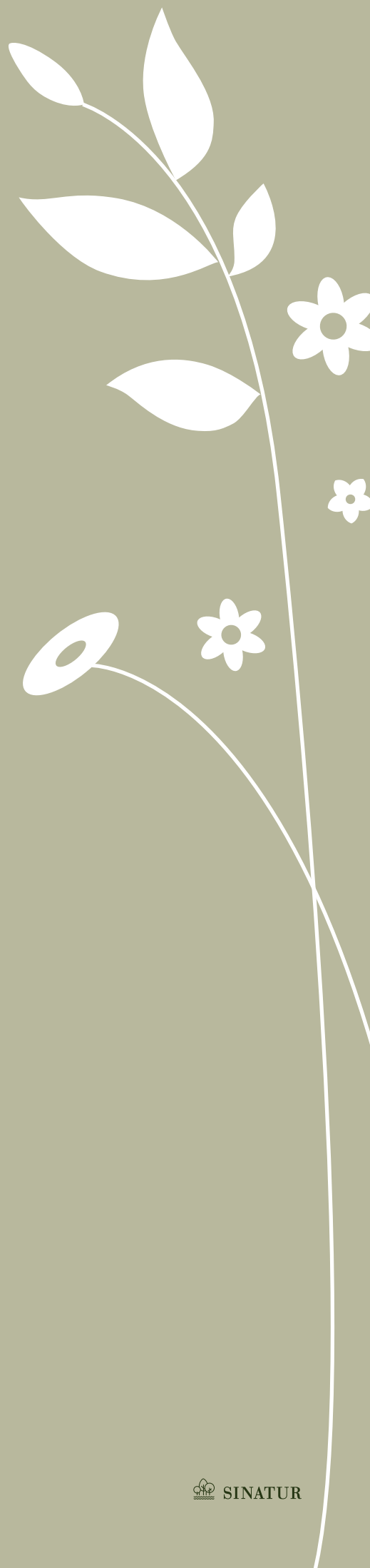
Vi har gjort vores fag relevant og attraktivt for kommende generationer



Environment

Mad med holdning

I Sinatur er vi passionerede omkring den mad og drikke, vi serverer for vores gæster. 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 klima og biodiversitet er afspejlet i de valg, vi træffer fra jord til bord.



Gennemførte indsatser 2023

– *Mad med holdning*

- ✓ **Ambitiøst gastronomisk kodeks:**
Gennem et ambitiøst samarbejde med Madkulturen har vi i 2023 arbejdet på at opdatere vores gastronomiske profil. Arbejdet er udmøntet i et opdateret gastronomisk kodeks med fokus på at skabe menuer for mad- og drikkevarer, der afspejler vores ambition om at drive hoteller på naturens præmisser. Vi har truffet mange nye valg, særligt i forhold til at sikre endnu større fokus på plantebaseret mad. Målet er at skabe den bedste balance mellem spændende gastronomi og lav klimapåvirkning.
- ✓ **Fastholdelse af høj gæstetilfredshed med gastronomien:**
Vi udfordrer hele tiden vores gæsters smagsløg med det formål at give dem en spændende oplevelse, hver gang de besøger vores restauranter. Og med vores øgede fokus på det plantebaserede køkken, som giver mange nye smagsoplevelser for vores gæster, er vi glade for, at vi har kunnet fastholde en høj gæstetilfredshed på 6,40 på en 7-skala.
- ✓ **Fasttømret indkøbsgruppe:**
Indkøbsgruppen med repræsentanter fra alle seks hoteller er nu veletableret og sikrer synergier og fokus på ansvarlige indkøb inden for både F&B og non-food. Vi har i 2023 opsat strukturer for vidensdeling og ensretning af indkøb, så vi hele tiden kan have fokus på at optimere de råvarer og produkter, vi indkøber til hotellerne, så de har så lille negativt aftryk som muligt.
- ✓ **Ændrede menuer har reduceret CO2e-udledning markant:**
Fra 2022 til 2023 har vi reduceret vores udledning af CO2e med 43,6 procent på kød ved at skære ned på forbruget af oksekød generelt og helt fjerne okse-, kalve- og lammekød fra konferencemenuerne. I stedet serverer vi mere fjerkræ og gris og har generelt skruet op for det grønne og plantebaserede.

Resultater og mål

– Mad med holdning

| | Enhed | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---------|-------|-------|----------------|
| Modvirkning af og tilpasning til klimaændringer | | | | |
| CO2e, scope 3, reduktion fra kød pr. gæst | Procent | - | 43,60 | 10% reduktion* |
| Andel af danske madvarer | Procent | - | 76,77 | 75 |
| Forurening | | | | |
| Økologi | Procent | 69,20 | 70,60 | 60-90 |
| Klimaansvar i værdikæden | | | | |
| Underskrevet leverandørkodeks og handleplan (primær leverandører) | Procent | - | 85 | 95 |
| Kunder og slutbrugere | | | | |
| Gæstetilfredshed med gastronomien | 7 Skala | 6,4 | 6,4 | 6,4 |

* Fra 2024 ændres beregningsmetoden, så vi måler reduktion pr. omsætningskrone i stedet for pr. gæst

2024–2025 strategi

– *Mad med holdning*

Ønskede resultater 2024/25

Planlagte indsatser 2024/25

Mål 2030

Sinatur medarbejdere har kompetencer til og er engagerede i at arbejde med og formidle visionerne i det gastronomiske kodeks.

- Udvikle kokkenes faglighed.
- Udvikle kompetencer i andre faggrupper.

Vi er klimapositive og binder mere CO₂e, end vi udleder

Sinatur gastronomiske kodeks er en central del af vores værditilbud og anerkendt af gæsterne.

- Synliggøre vores gastronomiske profil.

Vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den

Sinatur gastronomiske kodeks skaber målbar positiv impact på klima og natur.

- Viden og opdatering af gastronomiske kodeks.



Environment

Forbrug uden spild

Naturen har ingen spild, der kan alt bruges, og alt spiller en rolle. I tæt samspil med alle vores leverandører arbejder vi i Sinatur på at blive klimapositive – binde mere CO₂e, end vi udleder – og på at øge biodiversiteten mere, end vi forringer den. Derfor er dem, vi handler med, godt selskab, og vi forpligter os gensidigt til at handle sammen, fordi det sikrer, at vi når længere.

Gennemførte indsatses 2023

– Forbrug uden spild



Tæt på at være CO2e neutrale i scope 1 og 2:

Vi har gennem 2023 arbejdet målrettet på at blive CO2e-neutrale i scope 1 og 2. Vi har skruet på alle de knapper, vi har kunnet og mangler ved udgangen af 2023 mindre end 500 ton for at være i mål. Men det er også blevet tydeligt for os, at det bliver endog meget svært at komme i mål med de sidste procent, blandt andet fordi den største del kommer fra Naturgas fra Frederiksdal, hvor der på nuværende tidspunkt ikke er andre løsninger.



Reduceret CO2e fra 2019 til 2023 i scope 3:

Siden vi i 2019 fik vores første GHG-regnskab og dermed også et overblik over vores udledninger, er vi lykkedes med at reducere vores CO2e-udledninger i scope 3 markant. Fra 2019-2023 har vi reduceret CO2e i scope 3 med omkring 30 procent, reduktionen er uden gæstetransport, da dette ikke blev opgjort i 2019.



Udviklet nye, mere ansvarlige produkter:

Vi har indgået aftaler med et udvalg af leverandører, hvor vi har et særligt fokus på at udvikle produkter, der støtter op om vores samfundsambition. Det er blandt andet samarbejder med:

- **Textilia** hvor vi blandt andet arbejder på at udvikle løsninger, der i højere grad understøtter cirkulær økonomi, minimerer affald og fokuserer på løsninger, der forlænger tekstilers levetid.
- **Peter Larsen Kaffe**, der har stort fokus på kaffe, der er dyrket og produceret under hensyn til mennesker og miljø. Kaffen er certificeret og hvert kilo kaffe Sinatur køber, er med til at gøre en forskel for producenterne og miljøet ved blandt andet at nedsætte mængden af pesticider og kunstgødning i produktionen.
- **Dansk Cater** hvor vi har fokus på at mindske madspild, støtte de lokale producenter og samarbejder om eksempelvis videresalg af 'skæve' grøntsager, som ellers måske ville være blevet kasseret.



Miljøvenlige produkter:

Alle vores rengørings- og desinficeringsmidler med undtagelse af kalkfjerner er vegetabilsk baseret uden kunstige parfumer, farvestoffer, quats, klor, fosfat eller oxygenforbindelser og er 100% biologisk nedbrydelige. Al vores sæbe og skønhedspleje på toiletter og værelser er uden kemi og mikroplast.



Afholdelse af to workshops for vores leverandører:

Vi vil gerne have et endnu tættere samarbejde med vores leverandører, så vi i samarbejde kan finde løsninger, der hjælper os med at minimere vores aftryk. Vi afholdt derfor to workshops, en for de mindste leverandører og en for de store med fokus på GHG-regnskaber og Klimakompasset.

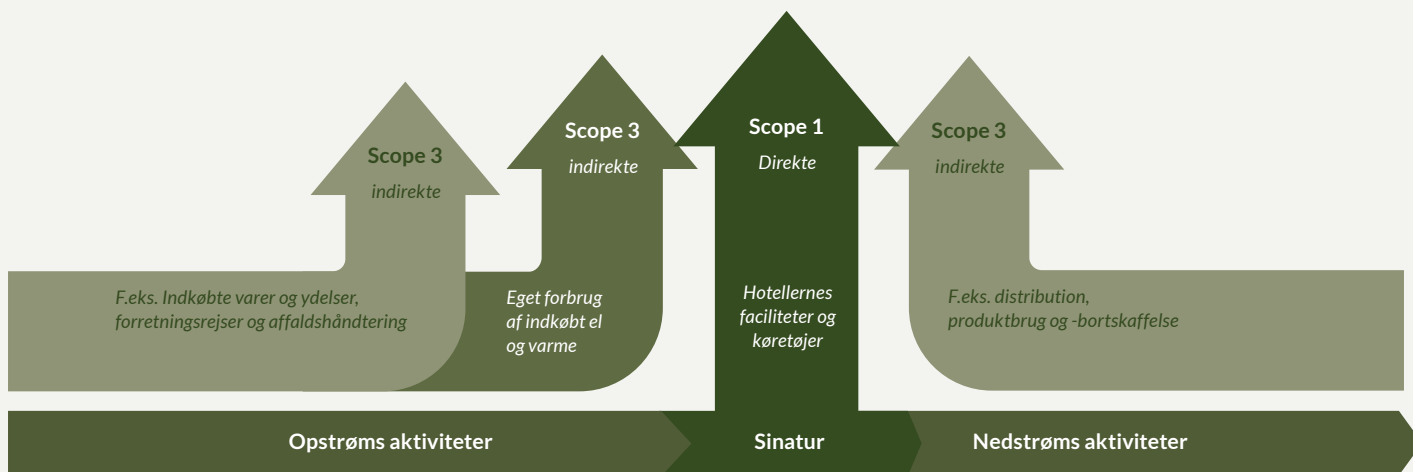


Donationer til fordel for naturen:

Hos Sinatur tager vi ansvar for bevarelsen af vores planet, derfor støtter vi op om forskellige projekter, der gør en positiv forskel både på land og i havet. Vi har gennem længere tid haft et samarbejde med Den Danske Naturfond, og i 2023 har vi ligeledes lanceret et samarbejde med Havhøst. Sammen med Havhøst støtter vi dyrkning og genoprettelse af de mere end 9000 km kystlinje i Danmark.

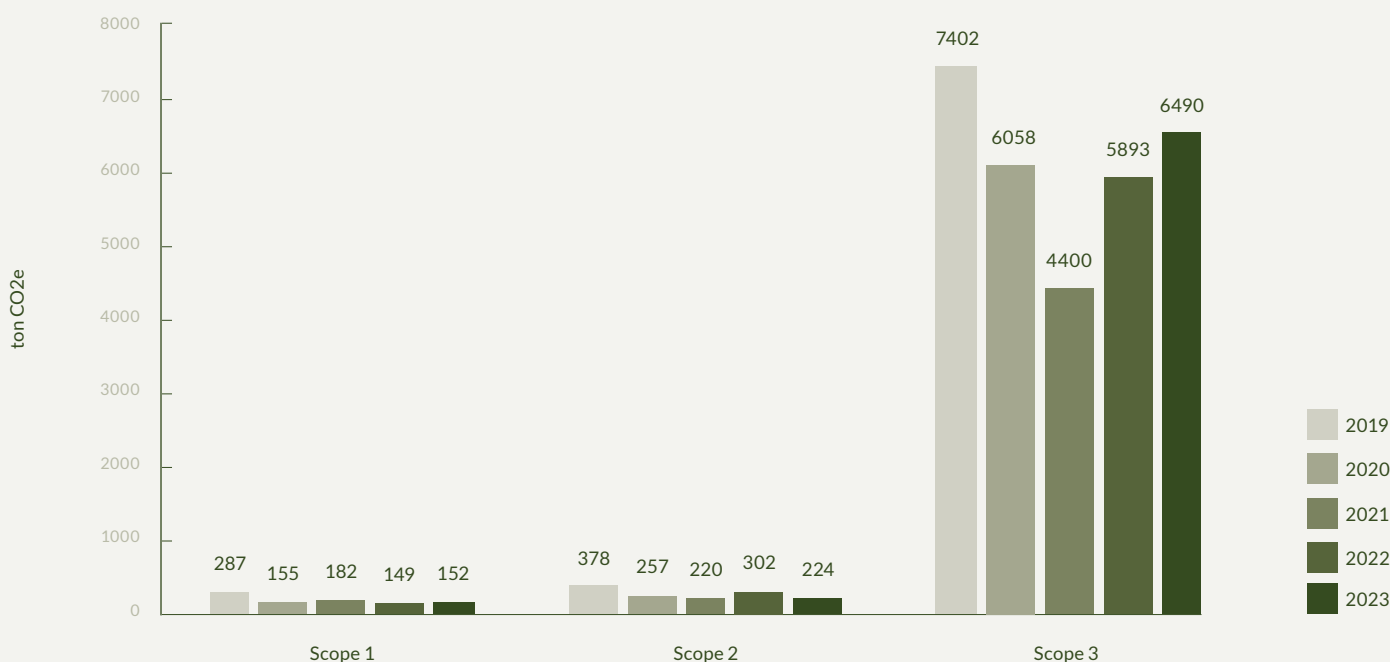
Hovedkonklusioner fra Sinaturs 2023 klimaregnskab

Hvad er scope 1, 2 og 3?



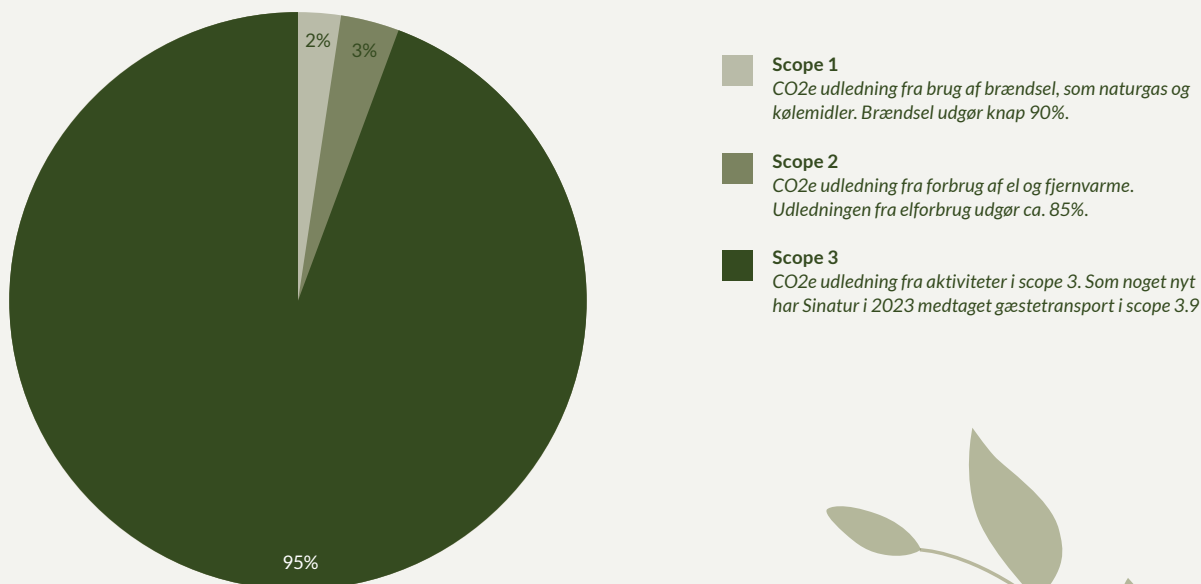
Baseret på GHG-protokollen, som er den internationale standard for opgørelse af udledning af drivhusgasser.

Sinaturs totale udledning i ton CO₂e fordelt på scope 1, 2 og 3 i årene 2019-2023



I ovenstående figur ses, at Sinaturs udledninger er faldet sammenlignet i forhold til 2019. Reduktionen i scope 3 er samlet set på ca. 12%. Hvis gæstetransporten trækkes ud, er reduktionen på knap 30%.

Sinatures CO2e udledning fordelt på scope 1, 2 og 3 i 2023



Sinatures CO2e intensitet i 2023

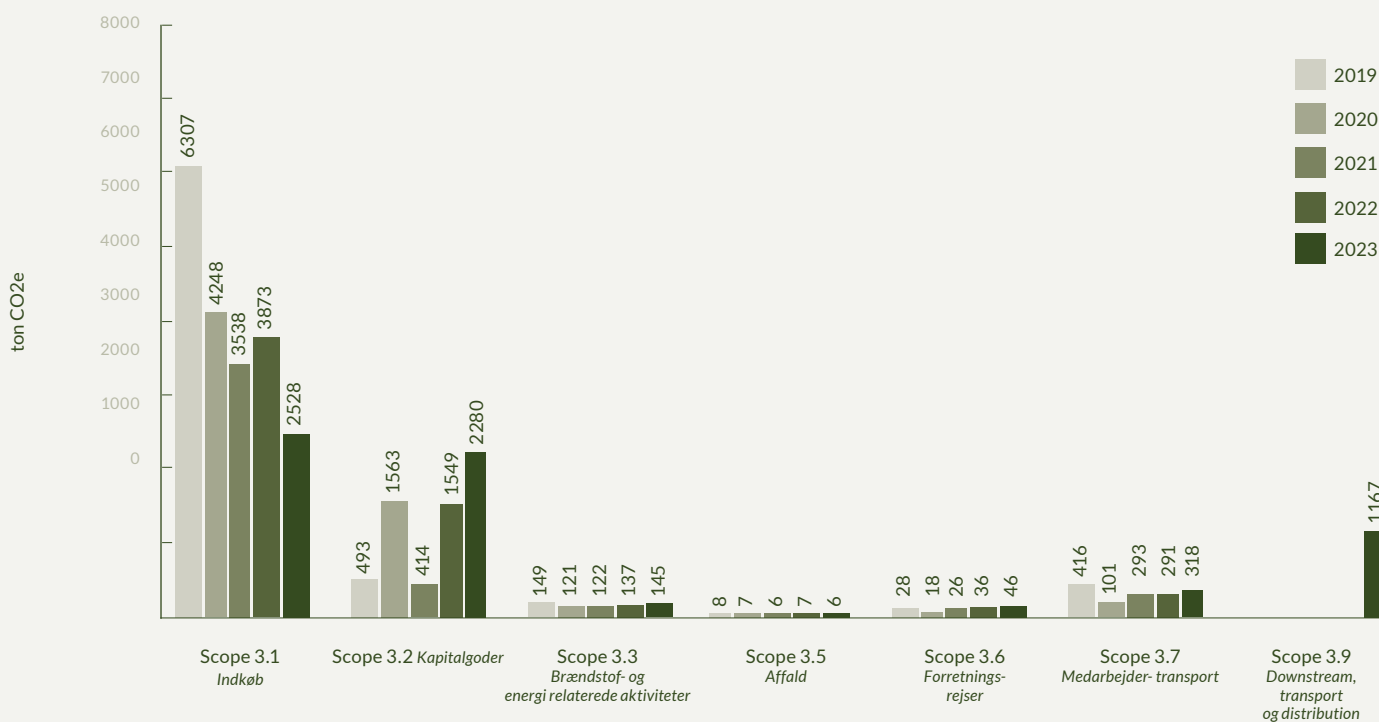
Nøgletal for Sinatures relative drivhusgasudledning relateret til omsætning (ton CO2e/mio. DKK) for årene 2019-2023.

| | Enhed | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------------|-------------------------|------|------|------|------|--------|
| CO2e-intensitet* (scope 1+2) | ton CO2e/mio. DKK omsat | 3,9 | - | - | 2,6 | 2,0 |
| CO2e-intensitet* (scope 1+2+3) | ton CO2e/mio. DKK omsat | 47,3 | - | - | 36,1 | 36,7** |

*For indkøbt energi er den lokationsbaserede metode anvendt.

** I 2023 er der for første gang medtaget gæstetransport i scope 3.

Sinatur's totale scope 3 udledning i ton CO2e fordelt på kategorier i årene 2019-2023



I figuren ses en væsentlig reduktion i scope 3.1, som bl.a. skyldes en række tiltag for at reducere udledningen fra madvarer. Det ses også, at udledningen fra aktiviteter i scope 3.2 er steget som følge af en række vedligeholdelses- og forbedringsindsatser på bygninger. For første gang er der medtaget udledninger fra gæsternes transport til hotellerne (ses i scope 3.9).

Scope 3.1: Indkøbte varer og services



Scope 3.1 udledninger i år 2019-2023 fordelt på mad, drikkevarer, og indkøb af andre varer eller services.

Resultater og mål

– Forbrug uden spild

| | Enhed | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|------------------------|---------|---------|----------------|
| Modvirkning af og tilpasning til klimaændringer | | | | |
| Energiforbrug opgjort på fossile kilder | GJ, uden diesel/benzin | 1.430 | 1.457 | - |
| Energi forbrug opgjort på vedvarende energikilder | GJ, uden diesel/benzin | 19.917 | 19.050 | - |
| Energiintensitet | GJ/mio. DKK | 122 | 110 | - |
| CO2e Scope 1 | ton CO2e | 149 | 152 | 5% reduktion* |
| CO2e Scope 2 | ton CO2e | 302 | 224 | 5% reduktion* |
| CO2e Scope 3 | ton CO2e | 5.893 | 6.490 | 20% reduktion* |
| Vand- og havressourcer | | | | |
| Sinatures vandforbrug | M3 | 21.576 | 21.084 | - |
| Ressourceanvendelse og cirkulær økonomi | | | | |
| Deponi | Kg | 930 | 460 | - |
| Deponi - reduktion pr. gæst | Procent | 5 | 5 | 5% reduktion* |
| Forbrænding | Kg | 75.596 | 58.263 | - |
| Genanvendelse | Kg | 283.655 | 269.818 | - |
| Klimaansvar i værdikæden | | | | |
| Underskrevet leverandørkodeks og handleplan (primær leverandører) | Procent | - | 85 | 95 |

*I forhold til 2023.

2024–2025 strategi

– *Forbrug uden spild*

Ønskede resultater 2024/25

Sinatur har defineret, hvor det skaber størst værdi at reducere og binde CO₂e og dokumenterer og synliggør systematisk udvikling i CO₂e-aftryk.

- › Styrke proces for arbejdet med CO₂e-reduktion.
- › Uddannelse af medarbejdere.
- › Synliggøre gæsternes CO₂e-aftryk.

Sinatur arbejder i gensidigt forpligtende partnerskaber med leverandører.

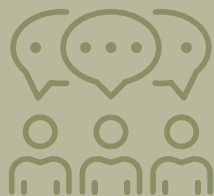
- › Skærpe Sinaturs ansvarlige indkøbspraksis yderligere.
- › Styrke rammer og arbejdsprocesser.

Planlagte indsatser 2024/25

Mål 2030

Vi er klimapositive og binder mere CO₂e, end vi udleder

Vi øger biodiversiteten mere, end vi forringer den



Social

En tydelig stemme

I Sinatur insisterer vi på at gøre en forskel for verden. Både for gæsterne, for branchen og for de lokalsamfund, vi er en del af. Derfor bruger vi vores taletid på at inspirere vores gæster til at ændre vaner og tage større ansvar for naturen. Vi arbejder målrettet på, at alle de virksomheder, vi er i berøring med, bliver inspirerede til en endnu mere ansvarlig virksomhedsdrift, ligesom vi arbejder på at skabe yderligere politisk gehør for vores mærkesager.



Gennemførte indsatses 2023

– *En tydelig stemme*



Kortlægning af gæsterejsen:

I Sinatur ønsker vi at inspirere vores gæster til at tage ansvar for naturen. Det kræver, at vi selv i alle kontaktpunkter med vores gæster er tydelige med, hvordan vi tager ansvar og inspirerer med gode ideer og tiltag. Derfor har vi i 2023 kortlagt alle de kontaktpunkter, vi har med vores gæster før, under og efter deres ophold, og har på den måde et godt afsæt for at arbejde videre med at optimere vores kommunikation i de forskellige kontaktpunkter – et arbejde, der fortsætter i 2024.



Øget fokus på en tydelig stemme:

Det er helt centralt for os at inspirere flere til at tage ansvar for naturen – og til ansvarlig virksomhedsdrift. Derfor har vi i 2023 gjort en endnu større indsats for at dele vores erfaringer, viden, dilemmaer og holdninger. Både gennem oplæg, events, debatindlæg i medierne og en målrettet dilemmakampagne på LinkedIn, hvor vi satte fokus på nogle af de åbenlyse udfordringer, der er med grøn omstilling og det at drive ansvarlig virksomhed. Dilemmakampagnen er blevet rigtig godt modtaget og har på sociale medier haft et højt engagement. Vi har haft fokus på ikke blot at kommunikere, men opfordre til dialog og samtale, så vi i fællesskab kan tage hul på nogle af de svære diskussioner, vi står overfor.



Styrket kvaliteten af nyhedsbreve og website:

Vi har udarbejdet et mere professionelt set-up for vores nyhedsbreve, hvor vi har systematiseret indholdet og gjort det mere vedkommende og inspirerende for dem, der abonnerer på det. Det sammenholdt med yderligere annoncering for nyhedsbrevene har fordoblet antallet af abonnenter samt forbedret åbningsraten væsentligt. Sinaturs nyhedsbrev har nu 60.000 abonnenter. Samtidig har vi udarbejdet et nyhedsunivers på Sinatur.dk, hvor man kan få viden og lade sig inspirere af de seneste nyheder fra hotellerne.



Nye strategiske samarbejder:

Vi er meget bevidste om, at vi ikke kommer langt, hvis vi kun forsøger at rykke den ansvarlige agenda alene. Derfor har vi løbende fokus på at indgå i relevante strategiske samarbejder. I 2023 har vi konkret været initiativtager til at etablere branchefællesskabet Moving Hospitality, med henblik på at skabe et fællesskab på tværs i branchen med det formål at udvikle initiativer, der kan understøtte en mere ansvarlig branche. Vi er også blevet medlem af Etisk Handel, så vi kan blive klogere på, hvordan vi bedst bidrager til, at den grønnere omstilling sker med respekt for menneske- og arbejdstagerrettigheder i det globale syd.



Sinaturs første Impact Rapport:

I 2023 udgav vi vores første impact rapport (for rapporteringsåret 2022). Rapporten gav os en kæmpe intern stolthed, da vi for første gang fik et samlet billede af alle de ting, som vi har sat i gang over de senere år. Vores mål var ikke blot at rapportere på ting, vi har opnået, men at udarbejde en rapport, der forhåbentlig er læseværdig og kan inspirere andre. Rapporten gav også et godt afsæt for denne rapport, som er vores 2023 ESG Impact Rapport.



Vi sætter pris på lokale initiativer:

Hos Sinatur er det vigtigt at være en del af det omkringliggende samfund, og vi ønsker at deltage aktivt i udviklingen af mennesker og natur. Derfor arbejder de enkelte hoteller alle med donationer i lokalsamfundet. Ofte er det sport og kultur, som er bærende i disse sponsorater, men det står det enkelte hotel frit at samarbejde med de organisationer, der passer præcis ind i deres lokalområde. I 2023 har alle hotellerne arbejdet sammen med Mødrehjælpen og tilbyder både sommer og efterår ferieophold for sårbare familier. Vi oplever en stor glæde fra gæsterne, men også fra vores medarbejdere, der føler, at de har mulighed for at yde noget ekstra, som giver stor mening for dem.

Resultater og mål

– En tydelig stemme

| | Enhed | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|-----------|-------|-------|------|
| Kunder og slutbrugere | | | | |
| <i>Klager over diskrimination</i> | Antal | 0 | 0 | 0 |
| <i>Sager om persondatubeskyttelse</i> | Antal | 0 | 0 | 0 |
| Kendskab og image | | | | |
| <i>Presseomtaler*</i> | Antal | - | 437 | - |
| <i>Deltagelse i arrangementer og debatter**</i> | Antal | - | 97 | - |
| <i>Kendskabsgrad - hjulpet</i> | Procent | 29 | - | - |
| <i>Gæster, der ønsker at anbefale Sinatur</i> | 100 skala | 78 | 76 | 76 |
| Virksomhedsadfærd | | | | |
| <i>Donationer til Den Danske Naturfond***</i> | m2 | 2.916 | 3.862 | - |

* Omfatter presseomtaler, hvor Sinatur bliver nævnt i medierne relateret til samfundsambition og strategi.

** Omfatter antallet af gange, Sinatur har deltaget i arrangementer og debatter relateret til samfundsambition og strategi.

*** Antal m2 naturarealer doneret. Kombination af afholdelse af møder, hvor Sinatur donerer 1 m2 natur pr. afholdt møde samt fra 2023 klimatilæg på 25 kr. pr. solgt ret med oksekød til virksomhedsgæster.

2024, 2025 strategi

– *En tydelig stemme*

Ønskede resultater 2024/25

Planlagte indsatser 2024/25

Mål 2030

Sinatur's fokus på natur og ansvarlighed er en integreret del af hele gæsterejsen.

- Udvikle gæsterejsen.
- Udvikle 'Naturmødet'.

Vi har inspireret vores gæster til at tage større ansvar for naturen

Gæster og omverden opfatter Sinatur som en proaktiv samfundsaktør.

- PR og brandkommunikation.
- Engagementsstrategi.
- Impact Rapport.
- Etisk markedsføringskodeks.
- Synlighed og engagement på sociale medier.

Vi har inspireret flere virksomheder til ansvarlig virksomhedsdrift

Sinatur går forrest og driver branchen i en mere ansvarlig retning.

- Udvikle branchefællesskabet Moving Hospitality.

ESG-tabel

| Kategori | Indikator | Enhed | 2022 | 2023 |
|--|---|------------------------|---------|-------------|
| E Modvirkning af og tilpasning til klimaændringer | Energiforbrug opgjort på fossile kilder | GJ, uden diesel/benzin | 1.430 | 1.457 |
| | Energiforbrug opgjort på vedvarende energikilder | GJ, uden diesel/benzin | 19.917 | 19.050 |
| | Energiintensitet | GJ/mio. DKK | 122 | 110 |
| | CO2e Scope 1 | ton CO2e | 149 | 152 |
| | CO2e Scope 2 | ton CO2e | 302 | 224 |
| | CO2e Scope 3 | ton CO2e | 5.893 | 6.490 |
| | CO2e Scope 3, reduktion fra kød pr. gæst | Procent | - | 43,60 |
| | Andel af danske madvarer | Procent | - | 76,77 |
| Forurening | Økologi | Procent | 69,20 | 70,60 |
| Vand- og havressourcer | Sinaturs vandforbrug | M3 | 21.576 | 21.084 |
| Ressourceanvendelse og cirkulær økonomi | Deponi | Kg | 930 | 460 |
| | Deponi - reduktion pr. gæst | Procent | 5 | 5 |
| | Forbrænding | Kg | 75.596 | 58.263 |
| | Genanvendelse | Kg | 283.655 | 269.818 |
| Klimaansvar i værdikæden | Underskrevet leverandørkodeks og handleplan (primær leverandører) | Procent | - | 85 |
| S Karakteristisk for virksomhedens ansatte | Fastansatte opdelt på køn | Antal K/M | - | 156/119 |
| | Ansatte med ikke-garanterede timer opdelt på køn | Antal K/M | - | 218/115 |
| | Samlet antal der har forladt virksomheden | Fastansatte/reserver | 70/145 | 60/150 |
| Kollektive overenskomster | Andel af samlet antal ansatte omfattet af OK | Procent | - | 91,41 |
| Mangfoldighedsparametre | Alder | <30 / 30-50 / >50 | - | 319/179/110 |
| | Kønsfordeling i topledelsen | Antal K/M | 3/3 | 3/3 |
| | Nationalitet - andet statsborgerskab end dansk | Procent | - | 19 |
| Personer med handicap | Andelen af personer med handicap opgjort på særlige vilkår | Procent | - | 4,80 |
| Sundhed og sikkerhed | Dødsfald som følge af arbejdsrelaterede skader og helbred | Antal | 0 | 0 |
| | Arbejdsrelaterede skader/ulykker | Antal | 15 | 8 |
| | Sygefravær, ekskl. langtidssygemeldte | Procent | 1,96 | 2,42 |
| | Sygefravær, langtidssygemeldte | Procent | 2,57 | 1,81 |
| | Total sygefravær | Procent | 4,53 | 4,23 |

| Kategori | Indikator | Enhed | 2022 | 2023 |
|------------------------------------|--|-----------|-------|---------------------|
| Lønforskel og samlet aflønning | Kønsbestemte lønforskelle | Procent | 0-3,5 | opgøres i juni 2024 |
| Ligebehandling – klager, hændelser | Klager og hændelser om diskrimination | Antal | 0 | 0 |
| Medarbejder-tilfredshed | ENPS score | Score | - | +22 |
| | Svarprocent i medarbejder-tilfredshedsundersøgelse | Procent | - | 76 |
| Udannelse og elever | Elever | Antal | - | 22 |
| | Pointgivende uddannelse (ECTS) - gennemført | Antal | 34 | 47 |
| Socialt ansvar i værdikæden | Underskrevet leverandørkodeks og handleplan (primær leverandører) | Procent | - | 85 |
| Kunder og slutbrugere | Klager over diskrimination | Antal | - | 0 |
| | Sager om persondatabeskyttelse | Antal | - | 0 |
| Kendskab og image | Presseomtaler (relateret til samfundsambition og strategi) | Antal | - | 437 |
| | Deltagelser i arrangementer og debatter (relateret til samfundsambition og strategi) | Antal | - | 97 |
| | Kendskabsgrad - hjulpet | Procent | 29 | - |
| | Gæster, der ønsker at anbefale Sinatur | 100 skala | 78 | 76 |
| | Gæstetilfredshed med gastronomien | 7-skala | 6,4 | 6,4 |
| Virksomhedsadfærd | Whistleblower | Antal | 0 | 1 |
| | Betalingspraksis i forhold til betaling af fakturaer | Dage | - | Max. 30 dage |
| | Donationer til den Danske Naturfond | m2 | 2.916 | 3.862 |
| Økononisk mål | Overskudsgrad | Procent | - | 15 |
| B Corp recertificering | Pointscore | Point | 108,6 | N/A |

Vi bliver hele tiden klogere



Meget er ændret siden vi begyndte at integrere ansvarlighed i vores forretningsstrategi. Det, der virkede rigtigt at prioritere for fem år siden, har ændret sig. Dette både fordi der er sket rigtigt meget på området, og fordi der er sket meget i verden.

Det betyder også, at vi med jævne mellemrum reflekterer over, om vi skal ændre nogle af de målsætninger, som vi har arbejdet med. Som vi allerede har beskrevet i denne rapport, har vi fx overvejelser omkring, hvor meget energi, vi skal lægge i at blive CO₂e-neutrale i scope 1 og 2 – frem for at lægge alle kræfterne i en endnu mere dedikeret indsats i scope 3 og på den måde skabe større positiv impact.

Overvejelser som disse betyder også, at vores strategi på nogle områder ser anderledes ud i dag end for fem år siden.

Klimaforandringerne har ændret karakter, biodiversiteten er forringet markant, og nu er seks ud af de ni planetære

grænser overskredet. Der er kommet ny EU-lovgivning, der stiller nye krav. Vi har blandt andet med ESG fået et tydeligt sprog for, hvad det vil sige at være en ansvarlig virksomhed.

Også den menneskelige vinkel betyder mere og mere for os. Jo mere vi arbejder med det her, og jo mere viden vi får, omkring hvordan det står til, jo mere får vi et oprigtigt ønske om, at vi gerne vil tage et medansvar og gøre en forskel. Men at det kun kan lade sig gøre med et endnu mere medmenneskeligt fokus.

Bæredygtighedsbegrebet har altså udviklet sig og er også blevet mere komplekst. En af de største overraskelser for os i Sinatur har været, at det ikke nødvendigvis er de oplagte ting, der batter mest. Derfor har det været givtigt for os at gennemgå forskellige processer som fx B Corp certificeringen, hvor vi fik kastet et 360 graders lys på vores virksomhed og vores impact.

Det samme gjorde sig gældende, da vi i 2019 fik udarbejdet vores første GHG-regnskab og fik vished om, hvordan tingenes tilstand reelt var.

Nogle af de områder, vi har måttet genoverveje og justere:

- Ingen virksomheder kan reelt blive bæredygtige, men vi kan være ansvarlige. Men kun, hvis vi tager andre i hånden. Det vil sige, at en tæt dialog og samarbejde med leverandører og gæster er altafgørende.
- Vi skal forholde os målrettet til biodiversitet. Det talte vi slet ikke om i 2019.
- Vi har droppet et af vores oprindelige mål om at være vandneutrale. Vi gør allerede meget for at minimere vandspild, men vi tror ikke på, at en stræben efter at blive 100 procent vandneutrale er den bedste måde at bruge vores ressourcer på. Et fokus på vand handler mere om at sikre kvaliteten af vandet.
- Vi har ændret strategi i forhold til at blive 100 procent affaldsfri, som var et af vores centrale mål tilbage i 2019. I stedet er vi nysgerrige på, hvordan vi bliver bedre til at forebygge affald.
- Vi har virkelig indset værdien af at have et godt og struktureret datagrundlag – ikke kun fordi det er nødvendigt for at kunne dokumentere vores indsatser, men også fordi det er vigtigt i forhold til at prioritere vores indsatser rigtigt.

På den baggrund har vi justeret og lagt til i vores indsatser. Og det vil vi formentligt komme til at gøre mange gange fremover.



Tak for at læse med

I Sinaturs direktørgruppe er vi stolte over i denne rapport at kunne give et indblik i vores ambitioner og mange ansvarlighedsinitiativer. Vi synes, vi er kommet langt, men der er stadig masser at tage fat på. Vi vil gerne sige tak til vores medarbejdere for hver dag at udleve vores samfundsambition og håber også, at alle der læser med kan bruge nogle af de succeser og fejl, vi har begået til hjælp og inspiration.

På vegne af Sinatur Hotel & Konferences direktørgruppe,
tak for at læse med.

Claus Nielsen, administrerende direktør og direktør Frederiksdal

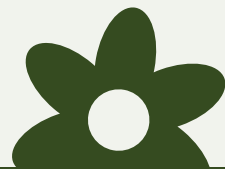
Christina Nielsen, økonomidirektør og direktør Sixtus

Kirsten Secher Villumsen, direktør Skarrildhus

Hasse Bonde-Sterup, direktør Haraldskær

Louise Hauge Gliese, direktør Storebælt

Nicklas Ottosson Kanstrup, direktør Gl. Avernæs



SINATUR
HOTEL & KONFERENCE