

## Fortschrittsbericht zu den zehn Leitlinien und Leitsätzen der unternehmerischen Verantwortung für Nachhaltigkeit bei der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen

1. STRATEGIE. Nachhaltiges Wirtschaften heißt strategisch handeln, in Führung gehen und heißt Integration in die Unternehmensprozesse.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Maritim versteht nachhaltiges Wirtschaften als prozessbezogene Strategie und gliedert die Thematik systematisch in die Unternehmensstrukturen ein.	Einführung des kettenweiten Nachhaltigkeitsprojektes ProUmwelt in allen deutschen Maritim Hotels und Weiterentwicklung in Eigenregie.	<b>2009</b> Gründung der ProUmwelt Arbeitsgruppe. <b>2010</b> Einführung des ProUmwelt Kriterienkataloges als einheitliche Dokumentationsvorlage für alle Hotels. <b>2012</b> Erste kettenweite Bestandsaufnahme in sechs relevanten Handlungsfeldern.		<a href="http://www.maritim.de/de/umweltschutz">http://www.maritim.de/de/umweltschutz</a>  Es liegen vor: ProUmwelt Kriterienkatalog mit Auswertungsergebnissen in den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Energie</li> <li>• Abfall</li> <li>• Wasser</li> <li>• Einkauf</li> <li>• Mobilität</li> <li>• Soziales</li> </ul>

<p>Ziele zur Mitarbeiterereinbindung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informieren</li> <li>• Involvieren</li> <li>• Motivieren</li> </ul>	<p>Die ProUmwelt Arbeitsgruppe fungiert als Lenkungsgremium und begleitet die Initiativen der Hotels. Sie ist weiterhin die kommunikative Schnittstelle zwischen der Geschäftsführung und den Hotels und organisiert u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interne Basisschulungen</li> <li>• Externe Schulungen</li> <li>• Präsentationen</li> <li>• Berichte und feste Rubriken in den internen Medien</li> <li>• Vorlagen im Intranet</li> </ul> <p>Kontinuierliche Weiterarbeit an internen Leitlinien, um die Umweltthemen bei den Mitarbeitern zu verankern. Etablierung einer festen kommunikativen Grundstruktur auf allen Unternehmensebenen.</p>	<p><b>2013</b> ProUmwelt Projekt wird in allen deutschen Hotels verankert durch:</p> <p>Etablierung von einem GreenTeam pro Hotel bestehend aus 4-6 Mitarbeitern unterschiedlicher Abteilungen mit Einsatz eines verantwortlichen Projektleiters.</p> <p>2014 Einsatz von 5 regionalen Teamleitern analog der Maritim Regionalstruktur. Sie coachen die GreenTeams Ihrer Region und berichten an ihre Regionaldirektoren.</p> <p>Durchführung von GreenTeam Meetings 1 x im Quartal.</p>		<p>Es liegen vor: Namen und Positionen von 36 GreenTeam Mitgliedern und Projektleitern.</p> <p>Interne Präsentationen, Nachweise externer Schulungen im Entsorgungs- und Abfallbereich.</p> <p>2012 / 2013 Urkunden für 34 Projektleiter: „Nachhaltigkeitszertifikate in der Veranstaltungsbranche“ (GCB und DBU 2012 und 2013) liegen vor.</p> <p>Aktuelles PDF (Organigramm) liegt vor.</p>	
---	---	--	--	---	--

2. Nachhaltigkeit wird vor allem als CHANCE verstanden; zur Lösung von Auswirkungen unternehmerischen Handelns in der Zukunft und zum Nutzen aller.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Im schonenden Umgang mit Ressourcen und der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung sieht Maritim eine wesentliche Chance zur Zukunftssicherheit unserer Gesellschaft.	Der ProUmwelt Kriterienkatalog bildet die Arbeitsgrundlage zur kettenweiten Erfassung von Verbrauchsdaten. Darauf aufbauend werden jährliche Nachhaltigkeitsziele sowie Einsparpotentiale festgelegt.	Fokus auf drei Großprojekte in den letzten 3 Jahren:  1. Beleuchtungskonzept 2. Einsatz BHKW 3. Abfall / Entsorgung  Ab 2014 kettenweites Papiereinspar-Projekt		<a href="http://www.maritim.de/de/umweltschutz">http://www.maritim.de/de/umweltschutz</a>  Externe Zertifizierungen in: Bonn: <u>GreenGlobe seit 2010</u> Berlin : <u>certified green Hotel - VDR 2013</u>
Lieferantenauswahl zunehmend nach Umweltkriterien.	Lieferanten- und Hersteller werden verstärkt auf Umweltaspekte im Einkaufs- und Wiederbeschaffungsbereich untersucht und ausgewählt.	Lieferantenwechsel und Umstrukturierung im Einkaufsbereich wurden besonders in folgenden Bereichen vorgenommen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Housekeeping</li> <li>• Technik</li> <li>• Gastronomie / F&amp;B</li> </ul>		Infos hierzu im Maritim Intranet und im internen Multilieferantenportal.
Entwicklung einer Tagungspauschale „Green Meeting“ als logische Konsequenz des nachhaltigen Handelns.	September 2012: Einführung der kettenweiten Tagungspauschale „Green Meeting“. Dies gilt noch nicht für die Auslandshotels.	Ökologischer Mehrwert durch umweltfreundliche Tagungsmaterialien und F&B Angebote.		<a href="http://www.maritim.de/de/angebote/tagungspauschale">http://www.maritim.de/de/angebote/tagungspauschale</a>

<p>Ausrichtung von Weiterbildungsseminaren zum Thema „Green Meetings“.</p> <p>Chance für das Unternehmen.</p>	<p>2012 / 2013 Ausrichtung der GCB / DBU Ausbildungsseminare: „Fit for green meetings“ in sechs Maritim Hotels in Kooperation mit der Klimaschutzagentur „myclimate“.</p> <p>Optimierter Kundenservice, vor allem im Tagungsbereich. Nachhaltigkeit als ein Serviceplus erlebbar machen.</p> <p>Ziel ab 2016: Einführung eines zentralen, internen Archivs pro Nachhaltigkeits-Thema, um gesammelt auf Entwicklungen zugreifen zu können. Aus diesem Wissen und Know-how kann auch der Kundenservice langfristig mit verändert werden.</p>	<p>Positive Impulse durch Kooperation mit der Deutschen Bahn, Hinweis auf „Umweltmobilcheck“ der DB.</p> <p>Bereitstellung ausführlicher An- / Abreiseinformationen als Alternative zum PKW.</p> <p>Indikatoren hierbei sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entsorgung - Wiederverwertung</li> <li>• Papier- Ressourceneinsparung</li> <li>• CO<sub>2</sub> optimierte Transportlogistik</li> <li>• Einkauf</li> </ul>		<p><a href="http://www.maritim.de/de/deutsche-bahn">http://www.maritim.de/de/deutsche-bahn</a></p> <p>s. An- / Abreiseinformationen der Hotels.</p>
---	--	---	--	---

### 3. Der „nachhaltige Unternehmer“ erfüllt seine Verantwortung in der Region zur Steigerung des GEMEINWOHLS

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Jedes Maritim Hotel ist fest verwurzelt in seiner jeweiligen Region sowie in seinem lokalen und kulturellen Umfeld.	<p>Alle Hotels unterstützen lokale wohltätige Organisationen. Zum Beispiel durch:</p> <p>Sponsoringaktivitäten bei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sozialen Projekten</li> <li>• Kinder- und Kulturförderung</li> <li>• Sportkampagnen</li> <li>• Sportgalas</li> <li>• der „Tafel“</li> <li>• Abibällen</li> <li>• Kinder- / Sportfesten</li> </ul> <p>Bereitstellung von:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Räumlichkeiten</li> <li>• Material</li> <li>• Personal</li> <li>• Tombolapreisen</li> <li>• Speisen und Getränken uvm.</li> </ul>	<p>Beispiel aus Düsseldorf</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebenszeichen Afrika e.V. ; Sponsoring &amp; Bereitstellung</li> <li>• Welthungerhilfe Weihnachtsbrunch mit ca. 1200 Personen u. Tombola Preisen</li> <li>• Karneval Blau Weiss: Weihnachtsfeier; Bereitstellung der Räume</li> <li>• Kinderhospitz Regenbogen: Sachspende, Raummiete</li> <li>• Schützenverein St. Sebastianus: Sponsoring</li> <li>• Heinrich-Heine Kreis: Bereitstellung Veranstaltungsräume</li> <li>• Bürgerstiftung Düsseldorf: Preise für Tombola und Teilnahme am Charity Golf Turnier</li> <li>• Krebsstiftung Düsseldorf Preise für Tombola</li> <li>• Förderturm e.V.: Preise für die Tombola und Teilnahme Golfcup</li> </ul>		<p>Überregionales Engagement mit Sachspenden für:</p> <p>2015 Weltweite Flüchtlingshilfe „Aktion Deutschland Hilft“</p> <p>2016 „Mobil mit Behinderung e.v.“</p> <p>Pressenachweise und Berichterstattungen zu allen Hotelaktionen liegen vor.</p>

4. **ÖKONOMIE** in Ausgewogenheit mit Ökologie und sozialen Aspekten sind gleichberechtigte Anliegen für eine langfristige Stabilität des Unternehmens.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Einbindung nachhaltiger Wirtschaftskonzepte unter Berücksichtigung der ökonomischen Ziele des Unternehmens.	<p>Kontinuierlicher Ausbau der Maßnahmen im Bereich ProUmwelt, sowie stetige Optimierung in den 6 Handlungsfeldern mit dem Ziel:</p> <p>a.) alle Mitarbeiter/innen auf den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren und Einsparungen zu erzielen</p> <p>b.) eines internen Benchmarking durch den ProUmwelt Kriterienkatalog</p>	<p>a.) Einführung von standardisierten Greenboards in den Hotels als Kommunikationsplattform</p> <p>b.) regelmäßige Messung der Fortschritte in den 6 Handlungsfeldern</p>		<p>Interner Maßnahmenkatalog mit jährlichen Fortschrittsberichten liegen allen Hotels als Arbeitsgrundlage vor.</p>
Weitere, übergreifende Arbeitsgruppen ins Leben rufen mit engagierten Mitarbeitern, um relevante Themen zu vertiefen. Müll, Kooperationen E-Ladestationen prüfen usw.	<p>Ziel ist die Nachhaltigkeits-Strategie in alle Betriebsabläufe einzugliedern.</p> <p>Angesichts der kettenweiten Ausrichtung bleibt es eine kontinuierliche Herausforderung Ziele und Maßnahmen ständig miteinander abzugleichen und den Kundennutzen herauszustellen.</p>			<p>Bienenprojekt auf den Hoteldächern (BRE, MAG, KWI). Einrichtung von E-Tankstellen Informationsaufbereitung der Hotels zur PKW Alternative. <a href="http://www.maritim.de/de/hotels/deutschland/hotels-bremen/lage-anfahrt">www.maritim.de/de/hotels/deutschland/hotels-bremen/lage-anfahrt</a></p>

5. Verantwortlicher Umgang mit RESSOURCEN UND ENERGIE heißt 1. vermeiden, 2. vermindern und 3. regenerierbar ersetzen.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Um nachhaltig zu wirtschaften, arbeitet jedes Hotel mit dem ProUmwelt Kriterienkatalog, der Ziele festlegt, Maßnahmen definiert und Ergebnisse dokumentiert.	Behandelt werden 6 relevante Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Energie</li> <li>• Abfall</li> <li>• Einkauf</li> <li>• Wasser</li> <li>• Mobilität</li> <li>• Soziales</li> </ul>	<b>Einkauf</b> Zentrales Einkaufsgremium mit Bildung von Fachgremien, die sich mit Umweltkonzepten auseinandersetzen und bei Lieferanten, Herstellern und Produkten entsprechende Nachweise anfordern.	Sortimentsbündelungen im technischen Bereich.  <u>Beispiel Housekeeping:</u> Umstellung auf einheitliche Dosierstationen in jedem Hotel mit hoher Ressourceneinsparung.	<div>+</div>
<b>Gastronomie:</b>				
Logistische Optimierung im gesamten Gastronomiebereich mit dem Ziel der CO <sub>2</sub> Einsparung.	Einführung einer neuen, deutschlandweiten Lieferantendatei für den Frischesektor. Etablierung eines neuen Warenwirtschaftsystems mit wesentlich präziserer Herkunftsinfo der Produkte im Frischebereich.	Diese Datei gewährleistet, dass saisonales Obst und Gemüse aus umliegenden Anbaugebieten der jeweiligen Hotels bezogen werden können.		Alle Küchenchefs haben Zugriff auf diese Datei.
Strategien gegen die Lebensmittelüberproduktion: Die Maritim Hotelgesellschaft ist seit 2013 Mitglied der Initiative „Zu gut für die Tonne“.	Maritim hat auf Basis einer wissenschaftl. Zusammenarbeit der Universität Stuttgart ein Messprogramm entwickelt, einen sogenannten „Ressourcen-Manager“, der bereits an 6 Standorten im Einsatz ist.	Hierbei werden Messwerte ausgewogen und gesammelt, um passende Benchmarks zu erarbeiten, die auf weitere Maritim Hotels übertragen werden können.		<a href="https://www.zugutfuertietonne.de/bundespreis/bundespreis-2016/die-nominierten/">https://www.zugutfuertietonne.de/bundespreis/bundespreis-2016/die-nominierten/</a>

<b>Großprojekte im technischen Bereich:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beleuchtung</li> <li>• Energiemanagement</li> <li>• Einsatz von BHKW/PV</li> <li>• Abfall / Entsorgung</li> </ul>	<b>Beleuchtung</b> Kettenweite Umrüstung der vorhandenen Leuchtmittel auf LED Technik mit einer Investition von mehr als einer Million Euro.	Anfang 2014 liegt der Erreichungsgrad der Umrüstung bei 40%.	Leuchtmittel sparen gegenüber herkömmlichen Leuchtmitteln bis zu 80% Energie ein.	panasonic präsentierte das Maritim LED Projekt auf der Fachmesse „Light & Building“ 2014 in Frankfurt.
	Energie- und Wasserverbräuche auf allen Ebenen transparent machen. Arbeitsabläufe vereinfachen (Verbrauchserfassung, Abrechnungen, Rechnungskontrollen). Einheitliche Grundlage für unternehmensinterne Reporting schaffen (Eigentümergeinschaften, Behörden, sonstige Dritte). Sammeln, Bewerten und Verfolgen von Einsparmaßnahmen.	Aufbau einer Energiedatenbank in der ca. 1000 Energie- und Wasserzähler erfasst sind.  Einführung intelligenter Strom- und Abrechnungszähler auch für die Eigenerzeugungen durch BHKW / PV. Die Daten werden in Echtzeit visualisiert und in festen Zyklen in die EnMS Datei übertragen und können somit halbautomatisch geprüft werden.	Die EnMS-Datenbank wird stetig weiter entwickelt. So werden Einsparmaßnahmen in einem Katalog gesammelt, priorisiert und bis zur Umsetzung verfolgt. Angestrebt wird eine Integration verwandter Themen, wie kettenweite Entsorgung.	
<b>Einsatz von BHKW</b>	Maritim betreibt 9 BHKW mit einer elektrischen Leistung zwischen 50 und 240 kW sowie eine Groß-PV mit 300 kW in Bonn.	Die Eigenproduktion Strom liegt bei 7,6 Mio. kWh. Dies entspricht einer CO <sub>2</sub> Einsparung von über 2.400 t pro Jahr 980.400 kg pro Jahr. (Gegenüber Strombezug nach bundesdeutschem Emissionsmix 2014)	An Standorten mit Fernwärmeversorgung ist ein BHKW i.d.R. nicht sinnvoll.	BHKW in folgenden Hotels:  Braunlage, Darmstadt, Düsseldorf, Hannover, Königswinter, Fulda, Titisee Bremen, Timmendorfer Strand



<p><b>Abfallmanagement</b> Umsetzung eines ganzheitlichen Entsorgungskonzepts aufgrund einer neuen Zusammenarbeit mit der Firma REMONDIS seit 2012</p> <p>Das Unternehmen ReFood (REMONDIS) entsorgt kettenweit alle Küchenabfälle und Speisereste.</p>	<p>Sortenreine Trennung der verschiedenen Abfallfraktionen erhöhen die Wiederwertung.</p> <p>Bis Ende 2016 finden externe Abfallschulungen für Mitarbeiter statt teils mit Besichtigung des Remondis Lippewerks.</p> <p>Diese werden in ReFood eigenen Biogasanlagen zu Kraftstoff, Dünger und Strom weiterverarbeitet</p>	<p>Durch Optimierung der Gesamtabfallverwertung wurde in 2013 eine erste kettenweite Abfallbilanz erstellt. Die Auswertung 215 erlaubt ein zukünftig ein eigenes Benchmarking.</p> <p>Seit 2012 erhält jedes Hotel ein international anerkanntes Nachhaltigkeitszertifikat gemäß DIN EN ISO 14040.</p>		<p>PDF's der Gesamtabfallbilanzen pro Jahr liegen vor.</p> <p><a href="http://www.remondis.de">www.remondis.de</a> Zertifizierungen in Zusammenarbeit mit dem Institut ATZ Entwicklungszentrum.</p>	
---	--	--	--	---	--

6. Verantwortlicher der „nachhaltige Arbeitgeber“ erfüllt eine anspruchsvolle SOZIALKOMPETENZ gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, steigert deren Qualifikation und sichert die Beschäftigung.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Sozialkompetenz bei Maritim heißt u.a.:	<p>Familienfreundliche Arbeitszeiten</p> <p>Tarifliche Bezahlung</p> <p>Personalentwicklungssystem</p> <p>Maritim Akademie</p> <p>Angebot von Arbeitsplätzen im In- und Ausland</p> <p>Azubi-Übernahme</p> <p>Azubi-Förderung</p> <p>Interne Medien</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maritim Ideenbörse: Denk Mit.</li> <li>• Auswertung der Briefkasteninhalte an den Greenboards</li> <li>• Jobtickets</li> </ul> <p>Einführung eines Azubi-Quiz zum Thema Nachhaltigkeit</p>		

7. Aus RESPEKT vor den Menschen setzt sich der ‚nachhaltige Unternehmer‘ für die Einhaltung der Menschenrechte ein und richtet sich gegen jede Form von Diskriminierung und Korruption.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
<p>Als Familienunternehmen ist Maritim geprägt von einer Kultur, die ein faires und kooperatives Miteinander fördert und fordert.</p> <p>Bei Maritim sind Mitarbeiter/innen aus 40 verschiedenen Ländern beschäftigt.</p> <p>Der Anteil ausländischer Gäste betrug im Jahre 2013 über 30%.</p> <p>Bereitstellung behindertenfreundlicher Zimmer in allen Maritim Hotels.</p>	<p>Entwicklung eines „Code of Conduct“.</p> <p>Maritim unterstützt die Grundsätze der „Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work“ der International Labor Organization.</p> <p>Maritim wählt nur Partner und Lieferanten aus, die die Gesetze der jeweils anwendbaren Rechtsordnung (Global Compact der UNO) befolgen.</p> <p>Das internationale Marketing orientiert sich an den länderspezifischen Gepflogenheiten und Anforderungen der Gäste.</p>	<p>Kein Gast oder Mitarbeiter/in darf aufgrund seines Alters, seiner Rasse, seines Geschlechts, seiner Religion, seiner geschlechtlichen Orientierung, seines Familienstands, seiner Elternschaft, seiner politischen Meinung oder seiner ethnischen Herkunft diskriminiert werden.</p>		<p><a href="http://www.maritim.de/de/verantwortung">http://www.maritim.de/de/verantwortung</a></p> <p><a href="http://www.maritim.de/upload/media/media/197/Behindertenfreundliche_Zimmer%5B6408%5D.pdf">http://www.maritim.de/upload/media/media/197/Behindertenfreundliche_Zimmer%5B6408%5D.pdf</a></p>

8. OFFENHEIT ist eine Einstellung. Transparenz der Maßnahmen für Nachhaltigkeit ist die Konsequenz.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
<p>Maritim pflegt eine offene Kommunikation innerhalb des Unternehmens, sowie gegenüber seinen Kunden und Lieferanten</p> <p>Die Direktoren informieren alle Mitarbeiter über die jährlichen Papierverbräuche und deren Einsparung, um sie für dieses Thema zu sensibilisieren.</p>	<p>Transparente Kommunikation intern</p> <p>Extern: Aktive Mitarbeit bei diversen Branchendialogen, u.a. zur Entstehung dieses Nachhaltigkeitskodexes.</p> <p>Teilnahme an allen bisherigen „greenmeetings &amp; events“ Fachkonferenzen.</p>	<p>Interne Transparenz durch:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intranet</li> <li>• Manuals</li> <li>• Interne Medien</li> <li>• Businesspläne</li> <li>• Nachhaltigkeitsmaßnahmen</li> </ul> <p>Öffentlich zugänglich sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geschäftsbericht</li> <li>• Lagebericht</li> <li>• Code of Conduct</li> <li>• Pressearchiv</li> <li>• Plakate zum Papierverbrauch und Erhalt des Baumbestandes</li> </ul>		<p><a href="http://www.presse-service.de/data.cfm/static/875010.html">http://www.presse-service.de/data.cfm/static/875010.html</a></p> <p>Alle Hotels präsentieren ihre nachhaltigen Maßnahmen auf ihrer Hotelsite. <a href="http://www.maritim.de">www.maritim.de</a></p> <p>Jeder Mitarbeiter erhält als Desktop-Hintergrund, Infos zur Papiereinsparung</p>

9. Die freiwillige SELBSTVERPFLICHTUNG zur Nachhaltigkeit ist eine Pflicht an sich selbst, die zum Anspruch der Gesellschaft wird.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
<b>Intern:</b> Nachhaltigkeit braucht langfristige Ziele, die organisch wachsen und dauerhaft wirksam sind.  <b>Extern:</b> Maritim orientiert sich besonders an den spezifischen Anforderungen der Veranstaltungsbranche.	Strategische Weiterentwicklung der ProUmwelt Initiative als kettenweiter Prozess.  Verstärkte interne Schulungen  Branchenaustausch im Bereich „Green“ überregional – Erstellung des Fortschrittsberichtes  Teilnahme an weiterführenden Schulungen  Teilnahme an allen „greenmeetings & events“ Fachkonferenzen  Betreuung von bisher 2 Diplomarbeiten und drei Studienarbeiten zum Thema Nachhaltigkeit und Green Meetings.	Sensibilisierung der Mitarbeiter/innen im täglichen Arbeitsverhalten.  Externe Schulungen zum Nachhaltigkeitsberater für alle Projektleiter.  Ausarbeitung eines internen Controlling Tools, um die Fortschritte prozentual messbar zu machen.  Rezertifizierungen in den Hotels in Berlin, Bonn und Königswinter  Mitbewerberanalysen  Marktkennntnis und Markteinschätzungen zum Thema Nachhaltigkeit		Ständige Aktualisierung der Greenboards in den Hotels  Zertifikate liegen vor  Kettenweite Ergebnisse und Vergleichsanalysen von 2012 und 2013 liegen vor.

10. Der „nachhaltige Unternehmer“ setzt ANREIZE zum Umdenken und Handeln, um Mitarbeiter und Marktpartner in einen ständigen Verbesserungsprozess der Nachhaltigkeit einzubeziehen.

Thema	Ziele & Maßnahmen	Ergebnisse/ Indikatoren	Erklärung bei Nichterfüllung/ Zeitpunkt der Umsetzung	Verweise
Belohnungssysteme bei Maritim für Mitarbeiter/innen und Lieferanten	<p><b>Intern:</b> Betriebliches Vorschlagswesen mit Bonussystem.</p> <p>Auswertung der Mitarbeitervorschläge am Greenboard.</p> <p><b>Extern:</b> Bevorzugung von Partnern und Lieferanten, die ökologische Konzepte mit entsprechenden Nachweisen bieten können.</p>	<p>Integration der Themen ProUmwelt und Green Meetings beim Maritim Pokal für Auszubildende seit 2013.</p> <p>Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter/innen aus den Bereichen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technik</li> <li>• Housekeeping</li> <li>• Veranstaltungsleiter/innen</li> </ul>		
Kooperationen in allen Urlaubsdestinationen mit E-Bike Verleihstationen.	Entwicklung neuer Kooperationsansätze wie z.B. Zusammenarbeit mit dem Carsharing Modell der Deutschen Bahn und der Fa. Flinkster.			Installationen von E-Ladestationen in 4 Maritim Hotels, Tendenz steigend.
Abfallmanagement	Mitarbeiterausflug zu unserer Entsorgerfirma REMONDIS inkl. Schulung und Besichtigung des Lippewerks in Lünen.			

## Erläuterungen zum Fortschrittsbericht

I

Firmierung	Berichtszeitraum	Datum
Maritim Hotelgesellschaft mbH Verkaufsdirektion Külpstr.2 64293 Darmstadt	1.1.2013 – 30. 10. 2016	31.10.2016

Verantwortliche Person	E-Mailadresse	Telefonnummer
Frau Karin Romswinkel Manager Event-Marketing, Ansprechpartner „ProUmwelt“.	Kromswinkel.vkd@maritim.de	06151 905 721