



BILDERBERG

# BEWUST BILDERBERG

DUURZAAMHEIDSRAPPORTAGE

2022 - 2023



# VOORWOORD

Met trots presenteren we de nieuwste Bilderberg duurzaamheidsrapportage. Twee jaar geleden brachten we onze eerste uitgebreide rapportage uit. Het bleek een belangrijke leidraad bij de keuzes die we als organisatie maken. Nu, in 2024, kijken we terug naar de behaalde resultaten, sturen we onze verwachtingen bij en formuleren we nieuwe doelstellingen. Hiermee leggen we een solide basis om ook de komende twee jaar weer de juiste keuzes te kunnen maken.

Onze gasten een onvergetelijk verblijf geven. Dat is onze missie. Met uitmuntende service, heerlijk eten en authentiek gastheerschap. Op een manier die bijdraagt aan het welzijn van gast, medewerker en omgeving. Duurzaamheid is een term die iedereen anders invult. Wat betekent het voor ons, voor Bilderberg? Als hotelcollectie kunnen we een enorm verschil maken. Het verwarmen van onze gebouwen kost veel energie. Elke dag gebruiken we een oneindige hoeveelheid linnen, servies, koffie, thee, water, schoonmaakmiddelen. Kortom, elke keuze die we maken om het beter te doen maakt grote impact. We hebben die verantwoordelijkheid en we nemen die verantwoordelijkheid.

*"Bewust ondernemen zit verankerd in ons dagelijks handelen"*

Onze hotelcollectie is ontstaan op de Veluwe. Vanaf het begin hebben we de rijkdom van de natuur ingezien. Daarnaast staan zaken als het welzijn van onze gasten, goed eten en aandacht voor onze medewerkers hoog in ons vaandel. In 2010 hebben we Bewust Bilderberg in het leven geroepen; een initiatief om op strategisch en operationeel niveau keuzes te maken die het welzijn van mens, dier en planeet voorop zetten. Vanuit dit initiatief hebben we al veel mooie resultaten behaald. Zo hebben alle Bilderberg hotels een gouden Green Key certificering en is ons ontbijtbuffet verder verduurzaamd.

In de afgelopen twee jaar hebben we intensief gewerkt aan het ontwikkelen van een nieuwe visie. In deze visie staan onze medewerkers op de eerste plaats, omdat we geloven dat zij de drijvende kracht achter ons succes zijn. Daarnaast leggen we nog meer nadruk op duurzaamheid, waarbij we ons blijven inzetten voor een toekomstbestendige en verantwoorde manier van werken.

In deze rapportage richten we ons op de volgende drie thema's:

- **Onze Mensen** goed werkgeverschap en maatschappelijke betrokkenheid staan centraal.
- **Onze Gasten** met de focus op duurzaam eten en drinken en duurzaam bewustzijn.
- **Onze Planeet** we kijken naar onze samenwerkingsverbanden, duurzame inkoop, afval en CO<sub>2</sub>.

Per thema hebben we doelstellingen voor de komende jaren geformuleerd. De afgelopen jaren hebben we mooie stappen gezet. Desalniettemin is er ook veel waar we nog actie op moeten ondernemen. Dit doen we samen met onze medewerkers, leveranciers, gasten en partners. Zodat we niet alleen nu, maar ook in de toekomst, onze gasten met open armen kunnen verwelkomen.

Veel leesplezier! We zien uw feedback graag tegemoet.

Ernst van der Waal  
*Operationeel Directeur Bilderberg*



# INHOUDSOPGAVE

2022-2023 in één oogopslag	5	<b>ONZE MENSEN</b>	<b>15</b>	Governance	45
Over Bilderberg	7	1. Goed werkgeverschap	16	Bijlagen	46
Onze visie op duurzaamheid	9	2. Gemeenschapontwikkeling	19		
Onze stakeholders en materiële thema's	10	<b>ONZE GASTEN</b>	<b>21</b>		
Bewust Bilderberg: een duurzame strategie	12	3. Eten en drinken	22		
Wet- en regelgeving	13	4. Duurzaam bewustzijn bij gasten	29		
Onze doelstellingen	14	<b>ONZE PLANEET</b>	<b>31</b>		
		5. Afval en recycling	32		
		6. Verantwoord inkopen	36		
		7. CO <sub>2</sub> -emissies	39		
		8. Waterverbruik	43		

Wat doet Bilderberg op het gebied van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen? Daarover gaat deze rapportage. Dit verslag bevat de resultaten van de jaren 2022 en 2023 en schetst onze doelen en ambities voor de komende 2 tot 5 jaar.

# 2022 - 2023 IN ÉÉN OOGOPSLAG



## ONZE MEDEWERKERS

2022 **696** medewerkers

2023 **742** medewerkers



## OPEN UP

Alle medewerkers hebben toegang tot een mentaal welzijnsplatform



## GREEN KEY

Gouden certificering behaald voor alle hotels



## THE GOOD ROLL

gerecycled toiletpapier

**3** toiletten gebouwd in Ghana

**77** bomen bespaard

## ONZE HOTELS



**11**  
hotels  
in 2022-2023

## GOED ETEN

Ontbijtbuffet verduurzaamd

Gezonder lunchbuffet,  
wijnkaart vernieuwd



## VOEDSELVERSPILLING

25% voedselverspilling gereduceerd  
bij 2 hotels in 2023 tov 2021

6.857 maaltijden gered  
in 2022 & 2023



## BESPAARBAAS

Campagne gelanceerd in 2022 en  
2023 om energie en waterverbruik  
intern onder de aandacht te brengen



**2** hotels gerenoveerd  
50% minder gasverbruik





Onze visie

Onze mensen

Onze gasten

Onze planeet

# OVER BILDER- BERG



# OVER BILDERBERG

Bilderberg is een hotelcollectie met een rijke geschiedenis. Al meer dan 120 jaar verwelkomen we onze gasten op de meest sfeervolle locaties voor een ontspannen verblijf of zakelijke bijeenkomst. Persoonlijke aandacht, vakmanschap en passie voor goed eten maken dat elk verblijf, privé of zakelijk, een beleving is.

## ONZE MEDEWERKERS: LATEN VOELEN

In 2022 had Bilderberg gemiddeld 696 medewerkers in vaste of tijdelijke dienst. In 2023 waren dat er 742. Zij zijn het hart van onze organisatie. Want, zoals een beroemde hospitality uitspraak van Maya Angelou zegt: *"Ik heb geleerd dat mensen vergeten wat je zei. Mensen vergeten ook wat je gedaan hebt. Maar mensen vergeten nooit wat voor gevoel je hen gaf."*

## ONZE LOCATIES: VAN STAD TOT STRAND

Onze hotellocaties bevinden zich op schitterende plekken door heel Nederland. In het hart van bruisende steden en verscholen in de natuur met volop rust en ruimte. Naast onze elf Nederlandse hotels hebben we ook een hotellocatie in Duitsland, deze maakt geen onderdeel uit van deze rapportage.

## ONZE BELOFTE: CREËER HERINNERINGEN IN IEDER MOMENT

Ons geheim is aandacht. Aandacht voor onze gasten, zodat een simpel moment verandert in een waardevolle herinnering. Aandacht voor eten en drinken, zodat we met ieder gerecht verwachtingen overtreffen. Aandacht voor onze medewerkers, zodat zij waarmaken wat wij beloven. Én aandacht voor de wereld om ons heen, zodat onze toekomst even rijk is als onze geschiedenis. Het operationeel management van de elf hotels van Bilderberg in Nederland wordt uitgevoerd door Crusader Investments BV, een dochterbedrijf van de Duitse hotel management organisatie Event hotels. First Sponsor is de eigenaar van Bilderberg.

*"Ons geheim is aandacht voor de wereld om ons heen, zodat onze toekomst even rijk is als onze geschiedenis"*







ONZE  
VISIE







# ONZE VISIE OP DUURZAAMHEID

Een duurzame strategie komt pas tot leven wanneer deze in de missie en visie van een organisatie is verankerd. We zien de veranderingen in de maatschappij en willen de komende jaren vol inzetten op duurzaamheid. We zijn ons bewust van de rol, in brede zin, die we moeten pakken in het maken van impact op onze omgeving.

## BILDERBERG MISSIE

**Het is onze missie om onze gasten een onvergetelijk verblijf te bieden, dat zich kenmerkt door oprechte aandacht, goed eten en persoonlijke service.**

Met onze hotels en restaurants bieden we een plek waar mensen graag (samen)komen en waar mooie herinneringen ontstaan. Oprechte aandacht maakt daarbij het verschil. Aandacht voor de gast die bij ons verblijft, door in te spelen op zijn of haar behoeften. Aandacht voor eten en drinken, zodat ieder eetmoment een hoogtepunt van de dag is. En aandacht voor onze medewerkers, omdat zij in de beleving van de gast hét verschil maken.

## BILDERBERG VISIE

**Wij willen een plek bieden waar je elkaar ontmoet en waar bijzondere herinneringen ontstaan. Op een manier die bijdraagt aan het welzijn van gast, medewerker en omgeving.**

Duurzaamheid is een belangrijk onderdeel van de keuzes die we maken, zowel op het gebied van inkoop, het welzijn van onze medewerkers en de bewustwording van onze gasten. Want herinneringen maken gaat niet alleen over iets bewaren uit het verleden, maar ook over zorgen voor een goede toekomst. Alleen wanneer we goed zorgen voor onze omgeving kan Bilderberg een plek blijven waar mooie momenten ontstaan.

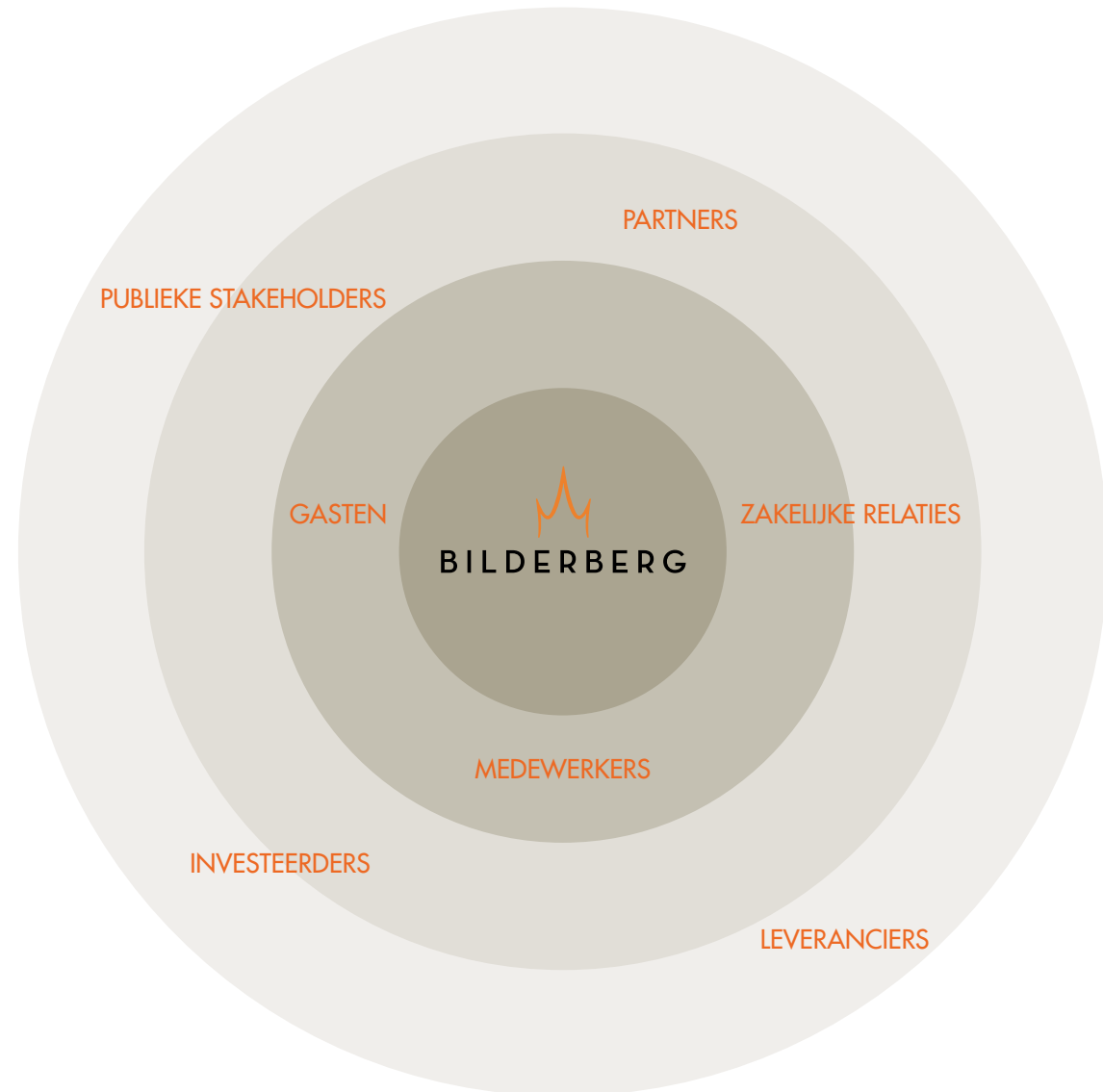
*"We creëren herinneringen die het waard zijn om te delen en die toekomstige generaties opnieuw kunnen beleven"*

# ONZE STAKEHOLDERS EN MATERIËLE THEMA'S

## ONZE STAKEHOLDERS

Stakeholders zijn personen, groepen of organisaties die invloed hebben op, of beïnvloed worden door, de keuzes van Bilderberg. Naast onze medewerkers zijn dit bijvoorbeeld leveranciers, omwonenden, investeerders en natuurlijk onze gasten en zakelijke relaties. Om een duurzame strategie te ontwikkelen, is het belangrijk om rekening te houden met de impact van die strategie op alle partijen:

- **Medewerkers:** onze medewerkers, bij ons in dienst via een vaste of tijdelijke arbeidsovereenkomst of via een loopbaantraject, stage of uitzendcontract.
- **Gasten:** individuele en zakelijke gasten die in ons hotel verblijven, onder andere voor een overnachting, diner of zakelijke bijeenkomst.
- **Zakelijke relaties:** organisatoren van trainingen, meetings, events en andere (zakelijke) verblijven of bijeenkomsten.
- **Leveranciers:** partners op het gebied van voedingsmiddelen, inkoop, energievoorziening of diensten.
- **Investeerders:** onze investeerders en aandeelhouders, en aan hen gelieerde partijen.
- **Partners:** samenwerkingsverbanden met onder andere opleidingsinstituten, toeristische organisaties, sportorganisaties en lokale bedrijven.
- **Publieke stakeholders:** relaties met omwonenden, media en belangenorganisaties.



## MATERIALITEITSMATRIX

Duurzaamheid is een breed begrip. Om keuzes te maken in onze aandacht en ambities, hebben we in 2021 onze stakeholders gevraagd welke onderwerpen zij belangrijk vinden en waarin Bilderberg volgens hen het verschil kan maken.

Door middel van een vragenlijst, onder andere gebaseerd op de duurzaamheidsdoelstellingen van de VN, is ieder onderwerp op het gebied van duurzaamheid geïndexeerd naar relevantie en impact.

De materialiteitsmatrix laat zien welke onderwerpen volgens onze stakeholders het hoogst scoren. De groep stakeholders die de vragen heeft beantwoord, bestond uit gasten, investeerders, medewerkers en het management van Bilderberg. In totaal hebben zestig stakeholders de vragenlijst ingevuld.

Een toelichting op de onderwerpen staat in de bijlage.

*"Een goede samenwerking met onze stakeholders versnelt onze gezamenlijke positieve impact op onderwerpen die voor Bilderberg en haar stakeholders van belang zijn"*

## BILDERBERG MATERIALITEITSMATRIX





# BEWUST BILDERBERG: EEN DUURZAME STRATEGIE

In de materialiteitsmatrix scoorden de volgende onderwerpen het hoogst: het welzijn van medewerkers, duurzaam bewustzijn bij gasten, verantwoord inkopen, eten & drinken en afval & recycling. De scores kwamen voort uit relevantie voor de stakeholders en uit de impact op de maatschappij.

De acht dikgedrukte onderwerpen in de grafiek vormen de basis van onze duurzame strategie. Voor ieder onderwerp geldt dat er een ambitie is geformuleerd en dat we meetbare doelstellingen voor de komende 2 tot 5 jaar hebben opgesteld.

We hebben onze doelstellingen gekoppeld aan de duurzame ontwikkelingsdoelstellingen van de Verenigde Naties. In 2015 zijn door de VN zeventien duurzame ontwikkelingsdoelstellingen opgesteld, de Sustainable Development Goals. De SDG's - onder andere over armoedebestrijding, verantwoorde productie, klimaatactie en gendergelijkheid - gelden als de nieuwe mondiale duurzame ontwikkelingsagenda voor 2030.

SDG	TOEGEPAST
	<p><b>Goede gezondheid en welzijn</b></p> <p>Door de samenwerking met Open up streeft Bilderberg ernaar om de mentale gezondheid van onze medewerkers te bevorderen. Bilderberg streeft ernaar om gelukkige medewerkers in dienst te hebben, omdat ze positieve effecten hebben op de organisatie, zoals hogere productiviteit, lagere verzuimcijfers, lagere personeelsverloop en een positiever imago van de werkgever in de markt. Om dit te bevorderen, besteedt Bilderberg aandacht aan de werkomgeving, de bedrijfscultuur, de arbeidsvoorwaarden, waardering en erkenning, en kansen voor professionele ontwikkeling.</p>
	<p><b>Schoon water en sanitair</b></p> <p>Bilderberg zet zich in om waterverspilling tegen te gaan door gasten en medewerkers bewust te maken. Ook implementeren we waterbesparende maatregelen in onze hotels. Met de inkoop van The Good Roll toiletpapier steunen we de bouw van toiletten, toegang tot schoon drinkwater en voorlichting over hygiëne in Ghana.</p>
	<p><b>Betaalbare en duurzame energie</b></p> <p>Bilderberg zorgt door middel van zonnepanelen dat we minder afhankelijk zijn van fossiele brandstoffen. Daarnaast worden er bij verbouwingen VRF systemen ingestalleerd waardoor we minder gas verbruiken. In 2022 en 2023 hebben we een Bespaarbaas campagne gelanceerd om het energieverbruik in de hotels te reduceren.</p>
	<p><b>Eerlijk werk en economische groei</b></p> <p>Bilderberg heeft als doel om de werkomstandigheden in onze toeleveringsketen te verbeteren. We zijn begonnen met het inkopen van koffie en thee die op een eerlijke manier wordt ingekocht.</p>

# WET- EN REGELGEVING

SDG	TOEGEPAST
	<b>Verantwoorde consumptie en productie</b> Bilderberg wil bijdragen aan de doelstelling om in 2030 50% minder voedsel te verspillen. Daarnaast kiezen we voor zoveel mogelijk duurzame productie. Ook kiezen we vaker voor plantaardig en biologisch en vinden we dierenwelzijn belangrijk. We zetten de komende jaren stappen om ons afval zoveel mogelijk te reduceren en te recyclen.
	<b>Klimaatactie</b> Bilderberg maakt bewust keuzes om de uitstoot van CO <sub>2</sub> te verminderen. Zo kijken we waar huidige installaties zuiniger gebruik kunnen worden en wordt bij vervanging gekozen voor duurzame alternatieven. Daarnaast kijken we welke uitstoot is verbonden aan de inkoop van ons eten en drinken en nemen we bewust stappen om deze uitstoot te reduceren.
	<b>Leven in het water</b> Bilderberg zorgt ervoor dat bedreigde vis niet meer wordt ingekocht. Daarnaast nemen we ook stappen om vis uit het seizoen in te kopen.
	<b>Partnerschap om doelstellingen te bereiken</b> Bilderberg neemt deel aan lokale duurzaamheidsnetwerken en platforms. Zo zijn we met onze hotels in de randstad aangesloten bij Green Hotel Club Amsterdam, Hotel Neutraal Rotterdam, Duurzaamheidskring Haagse Hotels.

Vanaf 2026 zal Bilderberg de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) volgen. Dit houdt in dat we uitgebreider over duurzaamheid en maatschappelijke impact moeten rapporteren. Momenteel bereiden we ons hier volop op voor. Op de route naar deze wetgeving is transparantie heel belangrijk. We nemen dit bij de volgende rapportage mee.

In november 2023 hebben alle Bilderberg hotels een EML-audit (Erkende Maatregelenlijst) laten uitvoeren. Dit is een audit die energiebesparende maatregelen met een terugverdientijd van vijf jaar of minder in kaart brengt. De EML bestaat uit drie onderdelen, Gebouwen, Faciliteiten en Processen. Met de EML voldoen we aan de energiebesparingsplicht.

De audits worden bij de RVO (Rijksdienst voor Ondernemend Nederland) ingediend. In januari 2024 zijn de Bilderberg hotels gestart met EED-audits. Het doel van een EED-audit is het bieden van een gedetailleerd overzicht van energiestromen binnen de onderneming. De audit geeft inzicht in mogelijke besparingsmaatregelen en de te verwachten effecten daarvan. De uitkomsten hiervan verwachten we in kwartaal 4 van 2024.

In lijn met de SUP-richtlijn hebben we sinds 2020 steeds meer plastic wegwerp-producten vervangen door duurzame alternatieven. Sinds 2023 gebruiken we alleen nog herbruikbare opties voor consumptie in de hotels.



# ONZE DOELSTELLINGEN

## ONZE MENSEN

### 1. GOED WERKGEVERSCHAP

Verzuimpercentage is maximaal 5,8%	2024
Turnover percentage is maximaal 48%	2024
Risico-inventarisatie & evaluatie (RI&E's) updaten	2024
Periodiek Arbeidsgezondheidskundig Onderzoek aangeboden aan alle medewerkers	2025

### 2. GEMEENSCHAPSONTWIKKELING

Als hotelcollectie steunt Bilderberg minimaal één sociaal project	2024
Ieder hotel steunt een lokale onderneming	2025

## ONZE GASTEN

### 3. ETEN EN DRINKEN

60% van de ingekochte groente is van Nederlandse bodem	2025
Voedselverspilling per gast is met 20% gereduceerd ten opzichte van 2023	2025
Geen inkoop van groente en fruit dat per vliegtuig wordt vervoerd	2025
Vis wordt alleen nog ingekocht uit het seizoen	2026

### 4. DUURZAAM BEWUSTZIJN BIJ ONZE GASTEN

Onze duurzaamheidsactiviteiten bij de gasten onder de aandacht brengen	2024
Samenwerkingen met partners meer onder de aandacht brengen	2024
Alle medewerkers krijgen een jaarlijkse training in duurzaamheid	2024
Green Key goud voor alle hotels	2026

## ONZE PLANEET

### 5. AFVAL EN RECYCLING

Percentage restafval reduceren naar 40%	2025
80% van ingekochte plastic verpakkingen is recyclebaar	2025
Afval wordt gescheiden in alle vergaderruimtes & kamers	2026
Plastic afval (kg) met 30% verminderd ten opzichte van 2024	2026
Restafval is gereduceerd met 50% ten opzichte van 2023	2030

### 6. VERANTWOORD INKOPEN

Een nieuw beleidskader inkoop is opgesteld voor alle afdelingen	2024
Alle leveranciers committeren zich aan het nieuwe inkoopbeleid	2025

### 7. CO<sub>2</sub>-EMISSIONS

Volledige uitstoot CO <sub>2</sub> is in kaart gebracht en een reductieplan is opgesteld	2025
Scope 1 & 2 emissies zijn met 15% gereduceerd ten opzichte van 2023	2026
20% van energie verbruikende installaties is vervangen	2026

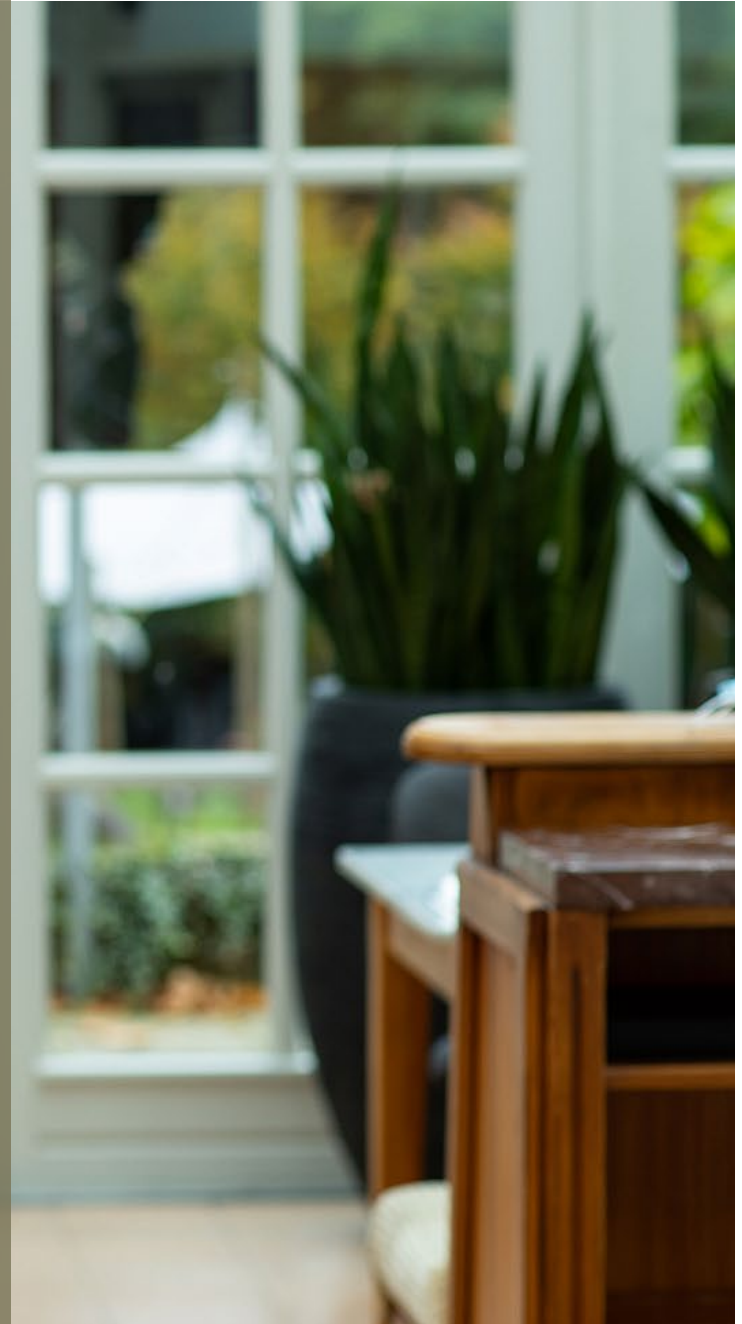
### 8. WATERVERBRUIK

Plan van aanpak bewustwording waterverbruik medewerkers en gasten	2024
Waterverbruik per gast per nacht is gereduceerd met 10% ten opzichte van 2023	2025





# ONZE MENSEN



## 1. GOED WERKGEVERSCHAP

Goede mensen maken ons merk. Daarom staat de medewerker bij Bilderberg op één. Als gedreven gastheren en -vrouwen weten we dat ons enthousiasme, onze passie en persoonlijkheid voor onze gasten het verschil maken. Wij geloven dat gelukkige medewerkers leiden tot gelukkige gasten.

*"Onze medewerkers zijn het hart van onze organisatie. Sinds 2024 werken wij, Bilderbergers, vanuit de waarden; jezelf zijn, energiek, Kwaliteit, vooruitstrevend en Liefdevol"*

Dominique Hut,  
Head of HR  
Event Hotels Nederland



### AMBITIE

Bilderberg streeft ernaar om gelukkige medewerkers in dienst te hebben. Wij vinden het belangrijk dat onze medewerkers met plezier naar hun werk gaan. Gelukkige medewerkers dragen niet alleen bij aan een positieve werksfeer, maar ook aan een duurzaam en gebalanceerd leven. Daarnaast hebben gelukkige medewerkers een positief effect op de organisatie. Denk aan hogere productiviteit, lagere verzuimcijfers, lager personeelsverloop en een positievere imago van de werkgever in de markt. Om dit te bevorderen besteedt Bilderberg aandacht aan de werkomgeving, de bedrijfscultuur, de arbeidsvoorwaarden, waardering & erkenning en kansen voor professionele ontwikkeling. Het creëren van een positieve en ondersteunende werkomgeving is voor Bilderberg onontbeerlijk.

### KPI'S

- |  |      |
|--|------|
| • Verzuimpercentage is maximaal 5,8%   | 2024 |
| • Turnover percentage is maximaal 48%  | 2024 |
| • Risico-inventarisatie & evaluatie (RI&E's) updaten                           | 2024 |
| • Periodiek Arbeidsgezondheidskundig Onderzoek aangeboden aan alle medewerkers | 2025 |





## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

Goed werkgeverschap voor Bilderberg betekent het creëren van een werkomgeving waarin medewerkers zich gewaardeerd, gerespecteerd en goed behandeld voelen. Bilderberg vindt dat goed werkgeverschap verder gaat dan alleen het voldoen aan wettelijke eisen. Daarom stonden in 2022 en 2023 de volgende focuspunten centraal:

- Werkplezier
- Gezondheid
- Veiligheid
- Aandacht
- Betrokkenheid

### Werkplezier

Bij Bilderberg zien we werkplezier als een gevoel van voldoening, betrokkenheid en algemene tevredenheid. Om dit te verwezenlijken zijn we in 2023 gestart met een nieuw onboarding proces waarbij nieuwe collega's kennismaken met het 'Bilderberg-gevoel'. Door onze nieuwe medewerkers twee dagen in de Bilderberg-cultuur onder te dompelen creëren we betrokkenheid. Medewerkers voelen zich verbonden met hun werk en met onze doelen. Het thema duurzaamheid is een vast onderdeel in het programma. Het onboarding programma vindt ieder kwartaal plaats.

*"Tijdens deze 2-daagse introductie verwelkomen wij alle nieuwe Bilderbergers die het afgelopen kwartaal gestart zijn. Wij krijgen vaak terug dat men zelden in zo'n warm bad terecht is gekomen. Een mooi compliment, wat wederom bevestigt dat je het Bilderberg-gevoel eerst zelf moet beleven om het door te kunnen geven aan onze gasten."*

### Gezondheid

De gezondheid van de medewerker is een belangrijke pijler. Een ongezonde werknemer heeft invloed op de kwaliteit van het werk, de werksfeer en de veiligheid op de werkvloer. Ons doel is om medewerkers te helpen gezonder te leven. Dit doen we onder andere door hen advies en tips te geven op het gebied van voeding, bewegen, slaap en ontspanning. Deze tips geven we via het mentale welzijnsplatform Openup. Via Openup kunnen onze personeelsleden binnen 24 uur digitaal bij een psycholoog terecht. Ook kunnen ze workshops en masterclasses volgen. De samenwerking met Openup begon in 2023 en is doorgezet naar 2024.

### PAGO

In 2025 bieden we een Periodiek Arbeidsgezondheidskundig Onderzoek (PAGO) aan alle medewerkers aan. Als naar aanleiding van de PAGO een preventief medisch onderzoek (PMO) wenselijk is, bieden we dit ook aan.

*Ilse Dirkwager,  
HR functionaris  
Bilderberg Parkhotel*



### Ziekteverzuim

Gezonde medewerkers hebben vaak een lager ziekteverzuim. Het ziekteverzuim zo laag mogelijk houden is noodzakelijk voor ieder bedrijf, zo ook voor Bilderberg. De aanwezigheid van onze medewerkers is cruciaal voor onze dagelijkse, fysieke bedrijfsvoering. In 2022 waren 58 medewerkers langer dan 43 dagen, maar korter dan 1 jaar ziek. In 2023 is dit gedaald naar 53 medewerkers. We zien dat in 2023 het korte verzuim is toegenomen. In 2022 ging het om 41 medewerkers, in 2023 is dat toegenomen naar meer dan 70. Tevens waren 19 personen in 2022 langer dan een jaar ziek, in 2023 waren dat 18 personen. Het implementeren van veiligheidsmaatregelen en het aanbieden van de juiste trainingen helpen bij het voorkomen van werk gerelateerde blessures en dragen bij aan het verminderen van verzuim. Door het opnieuw uitvoeren van de RI&E, het actief promoten van OpenUp en het concreter monitoren van ziekteverzuim, streeft Bilderberg naar een verdere daling van het ziekteverzuim. Het gemiddelde verzuimpercentage van alle Bilderberg hotels lag in 2023 op 7,71%. Ons doel is om dit percentage in 2024 te laten dalen naar 5,8%.

### Veiligheid

Ieder hotel zorgt dat de werkplekken veilig zijn en dat ze aan de gezondheids- en veiligheidsnormen volgens de arbeidsomstandighedenwet voldoen. In 2022 hebben we ons tot doel gesteld de preventiemedewerkers en vertrouwenspersonen jaarlijks te trainen. In 2023 zijn in ieder hotel preventiemedewerkers aangesteld en getraind. Preventiemedewerkers spelen een belangrijke rol bij het voorkomen van arbeidsongevallen en beroep gerelateerde ziekten en bij het creëren van een gezonde werkomgeving. Tevens konden de hotels zich aanmelden voor een workshop ergonomisch werken.





### Vertrouwenspersonen

Een andere manier om een veilige werkomgeving te bevorderen, is - naast het hebben van een externe vertrouwenspersoon - het aanstellen en trainen van interne vertrouwenspersonen. In ieder Bilderberg hotel bevindt zich sinds 2023 een getraind vertrouwenspersoon die medewerkers helpt bij het oplossen van problemen, conflicten, pesterijen, discriminatie en andere kwesties op het werk. De interne vertrouwenspersonen kunnen te allen tijde een beroep doen op de externe vertrouwenspersoon.

### Turnoverpercentage 2022-2023

In 2022 en 2023 was het doel het gemiddelde turnoverpercentage te verlagen naar 48%. Gezien de wervingsconcurrentie en de tekorten op de arbeidsmarkt, is het behouden van personeel in de horecasector een uitdaging geweest. In 2022 was het totale turnoverpercentage 69,46%.

In 2023 hebben we ervoor gekozen het turnoverpercentage te splitsen in vrijwillig en onvrijwillig verloop. Vrijwillig verloop betekent dat medewerkers ervoor kiezen de organisatie te verlaten. Meestal vanwege persoonlijke redenen, carrièreaspiraties of andere factoren die buiten het bereik van de werkgever vallen.

In 2023 was het vrijwillige verloop van het personeel 36,5% en het onvrijwillige verloop 12,3%. Dat komt neer op iets meer dan 48%. Gezien de huidige arbeidsmarkt zal Bilderberg de komende jaren streven dit turnoverpercentage te behouden.

### Aandacht & betrokkenheid

Aandacht en betrokkenheid op de werkvloer zijn essentiële elementen voor een productieve en positieve werkomgeving. Aandacht en betrokkenheid zorgen ervoor dat medewerkers zich verbonden voelen bij hun werk, collega's en de organisatie als geheel. De nieuwe onboarding procedure helpt deze positieve werkomgeving te creëren. De nieuwe visie en strategie, die we tijdens een speciale Medewerkersdag in oktober 2023 lanceerden, zijn hiervoor een uitstekende basis.

De nieuwe visie van Bilderberg bestaat uit vijf pijlers. De eerste en belangrijkste pijler is 'de medewerkers'. We geloven dat als onze medewerkers zichzelf zijn, als ze zich goed voelen en met plezier hun werk doen, ze de beste service aan onze gasten leveren. Een greep uit de actiepunten: gezondere personeelsmaaltijden, een prettige kantine en nieuwe kleding. Ook zetten we in op ontwikkeling, zoals cross training, talentontwikkeling en inspiratietours.



Om onze plannen binnen de pijlers te realiseren, is goede samenwerking de sleutel tot succes. We hebben vijf waarden vastgesteld die concreet maken hoe onze mensen als team samenwerken, zichzelf kunnen zijn, voor anderen klaarstaan en de Bilderberg-kwaliteit borgen:

jezelf zijn

energiek

kwaliteit

voortuitstrevend

liefdevol

### Duurzaam inzetbaarheid beleid

Bij Bilderberg willen we dat onze medewerkers op de lange termijn gezond, gemotiveerd en productief blijven. We richten ons daarom op het bevorderen van de duurzame inzetbaarheid tijdens de gehele loopbaan. In 2022 stelden we ons tot doel een duurzaam inzetbaarheidsbeleid te schrijven. In 2023 hebben we hiervoor een onderzoek gehouden. Uit de resultaten van het onderzoek blijkt dat de 55+ medewerkers van de operationele functies last hebben van verschillende stressoren. Om de fysieke klachten te verminderen hebben de hotels het advies gekregen om de werkplekinrichting te veranderen en regelmatige pauzes aan te bieden. Ook kregen de hotels in 2023 de mogelijkheid om een training ergonomisch werken te organiseren. Door acht hotels is deze kans met beide handen aangegrepen. Dit zijn de hotels die housekeeping in eigen beheer hebben.

### Diversiteit & Inclusie

Diversiteit en inclusie zijn aspecten die bijdragen aan een gezonde werkomgeving. Het creëren van een werkomgeving waarin iedereen, ongeacht achtergrond, zich gewaardeerd en gerespecteerd voelt, is dan ook van wezenlijk belang. In 2023 is een nieuw diversiteit & inclusie beleid geschreven, dat onder alle Bilderberg hotels is verspreid.

## 2. GEMEENSCHAPSONTWIKKELING

Bilderberg is een van oudsher Nederlandse hotelcollectie. Alle Bilderberg hotels hebben stuk voor stuk een sterke lokale binding. We voelen ons sterk betrokken bij onze lokale gemeenschappen. Er zijn veel initiatieven en langdurige samenwerkingen. We zetten onze kennis, mankracht, netwerk en faciliteiten graag in voor een duurzame en sociale samenleving. Voor de komende jaren hebben we de ambitie om onze samenwerking met landelijke en lokale stakeholders te versterken en uit te breiden.

*"Wij zetten ons graag in om onze lokale gemeenschap te versterken en bij te dragen aan het welzijn van de samenleving"*

Frans van de Laak,  
General Manager  
Hotel De Keizerskroon



### AMBITIE

Met het vrijwillig inzetten van onze expertise, menskracht, faciliteiten, accommodaties en netwerk in de lokale omgeving, ondersteunen we specifieke doelgroepen of maatschappelijke doelen. Met deze investeringen in de lokale maatschappij dragen we bij aan een duurzame en sociale samenleving.

### KPI'S

- |   |      |
|---|------|
| • Als hotelcollectie steunt Bilderberg minimaal één sociaal project | 2024 |
| • Ieder hotel steunt een lokaal project of onderneming              | 2025 |

## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### Steunen sociale projecten als hotelcollectie

Vanaf 2024 gaan we als hotelcollectie minimaal één sociale organisatie steunen die bij de visie van Bilderberg past.

### Lokale projecten Bilderberg hotels

Vanaf 2025 steunt elk hotel minimaal één lokaal project of onderneming dat bijdraagt aan sociale en maatschappelijke doelen. Deze projecten richten zich op thema's als eenzaamheid, (voedsel)armoede en lokale initiatieven. Op dit moment steunen verschillende hotels lokale sportevenementen en sportverenigingen. Daarnaast draagt een aantal hotels bij aan het Kinderfonds met de verkoop van knuffels. Ook verkopen alle hotels streekproducten.

### The Good Roll

Sinds september 2019 gebruiken we toilet papier van The Good Roll op alle toiletten van de hotelkamers. Dit is toilet papier van gerecycled papier en bamboe, waardoor bomen niet onnodig gekapt hoeven worden. Verpakking en verzending gebeurt door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Vijftig procent van de winst gaat naar The Good Roll Foundation. Deze organisatie voorziet in schoon drinkwater en bouwt sanitairgebouwen in ontwikkelingslanden, met name in Afrika. Dankzij de samenwerking tussen Bilderberg en The Good Roll zijn in 2022 en 2023 80 bomen bespaard en werden er 4 toiletten gebouwd en 165 levens verbeterd.

### Selecteren partners

Ook bij het selecteren van partners gaat onze voorkeur uit naar organisaties die zich inzetten voor gemeenschapsontwikkeling. Een voorbeeld is KRNWTR+. Deze organisatie levert onze watertappunten en doneert een percentage van de omzet aan organisaties die zich inzetten tegen de plastic soep in de oceaan.

### Partner van de Food Summit

Food Impactors is een open netwerk voor bevoegen ondernemers en ambitieuze beslissers/bestuurders uit de Nederlandse foodservice/foodretail. Food Impactors willen het verschil maken voor de wereld van morgen. Bilderberg is één van de partners die het tweejaarlijks evenement 'Food Summit' mogelijk maakt.

*"Met trots geven wij het Food Summit een podium in een van onze hotels. Het bijzondere van deze summit? Het samenbrengen van Food Impactors; iedereen die aan het roer staat van verandering Kan Kanteling in ons voedselsysteem realiseren. Van CEO tot startup."*

Arlette Gilbert,  
CCO  
Event Hotels Nederland



### Medewerkers met afstand tot de arbeidsmarkt

Bilderberg creëert een inclusieve werkomgeving met waardering voor verschillende achtergronden en vaardigheden. In 2023 bestond 1% van ons personeelsbestand uit mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Hiermee is onze doelstelling van 2022 gehaald. De komende jaren blijft deze doelstelling

staan. Het werken met mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt leidde tot een verrijking van het team. We zien dat verschillende vaardigheden en denkwijzen bijdragen aan de creativiteit en innovatie op de werkvloer. We blijven werken aan het versterken van ons (inclusieve) personeelsbestand.

### De Koekfabriek

In 2023 zijn we een samenwerking met De Koekfabriek gestart, een sociale onderneming die mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst heeft. Dankzij deze samenwerking genieten al onze gasten van deze heerlijke koekjes.



### Samenwerkingsverbanden duurzaamheid

Onze hotels in de randstad zijn aangesloten bij diverse samenwerkingsverbanden die zich inzetten om de verduurzaming van de sector te versnellen. Zo is Europa Hotel Scheveningen deelnemer van Duurzaamheidskring Haagse Hotels, participeert Parkhotel Rotterdam in Hotel Neutraal in Rotterdam en is het Bilderberg Garden Hotel lid van The Green Hotel Club in Amsterdam. Daarnaast is laatstgenoemde lid van Luxury Hotels Amsterdam. Deze groep ondersteunt meerdere goede doelen, zoals voedseldonaties in Amsterdam.





# ONZE GASTEN



### 3. ETEN EN DRINKEN

#### Meest duurzame hotelketen op het gebied van eten & drinken in 2030

In 2030 zijn we op het gebied van eten en drinken de meest duurzame hotelketen van Nederland. Dat is onze ambitie. Dat betekent dat we voor plantaardig, biologisch, seizoensgebonden, van Nederlandse bodem, verspillingsvrij en gezond eten voor onze gasten kiezen. Daarbij zijn we transparant over onze klimaatimpact, meten we onze vooruitgang en doen we wat we beloven. Door goed te doen, zetten we ons in voor toekomstige generaties. 'Goed' zit niet alleen in de smaak, maar ook in de duurzaamheid en kwaliteit van ons eten en drinken. We maken toekomstgerichte keuzes waarbij genieten het uitgangspunt blijft. We houden een open blik op de klantwensen en op technologische ontwikkelingen. We zijn trendsetter in duurzaam genieten en inspireren onze gasten en medewerkers om het steeds beter te doen. We maken dit ook meetbaar. Met de natuur als kompas waarborgen we de 'Bilderberg kwaliteit' op de borden.



#### KPI'S

- |  |      |
|--|------|
| • 60% van de ingekochte groente is van Nederlandse bodem                   | 2025 |
| • Voedselverspilling per gast is met 20% gereduceerd ten opzichte van 2023 | 2025 |
| • Geen inkoop van groente en fruit dat per vliegtuig wordt vervoerd        | 2025 |
| • Vis wordt alleen nog ingekocht uit het seizoen                           | 2026 |

*"Als er een thema is waarin wij het verschil kunnen maken, dan is het eten en drinken"*

Ernst van der Waal,  
Operationeel Directeur Bilderberg



## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### CO<sub>2</sub>-uitstoot inkoop eten & drinken

We zijn ons bewust van de impact die dierlijke producten op het klimaat hebben. Om dit nog beter inzichtelijk te krijgen, brengen we de CO<sub>2</sub>-uitstoot van onze voedsel- en drankinkopen in kaart. Zo krijgen we inzicht in welke producten de grootste CO<sub>2</sub> impact hebben. Vervolgens gaan we hierop sturen. Onze focus ligt op de meest verkochte items. We willen waar mogelijk overstappen op plantaardige alternatieven. In 2025 voeren we een nulmeting uit.

### Verhouding plantaardig en dierlijk

Voor 2022 stelden we ons tot doel minimaal vier plantaardige gerechten op de menukaart aan te bieden. Dit doel is in alle hotels gerealiseerd. Bij de lunch serveren we minimaal twee plantaardige gerechten. Bij het diner kunnen gasten uit ten minste twee plantaardige voorgerechten en twee plantaardige hoofdgerechten kiezen.

Een vervolgstap naar gezondere en duurzamere menu's is het vergroten van de rol van plantaardige gerechten. Daarom brengen we in 2025 de verhouding tussen plantaardige en dierlijke producten in kaart. Vervolgens nemen we gerichte maatregelen om het aandeel plantaardige eiwitten in gerechten te verhogen. Daarnaast gaan we meer alternatieven bieden voor alcoholische dranken en dranken met suiker.

We streven ernaar om stap voor stap op circulaire dierlijke producten met erkende keurmerken, zoals biologisch en Beter Leven, over te schakelen. We gaan de inkoop van vlees grondig analyseren en verbeteren. Onze focus ligt op het waarborgen van hoge standaarden voor dierenwelzijn, milieu en gezondheid.

### Keukenteams

De keukenteams bewust maken van de impact van eten en drinken op het milieu: daar besteden we veel aandacht aan. Daarnaast voorzien we de teams van kennis en vaardigheden die nodig zijn om hoogwaardige plantaardige gerechten te kunnen bereiden.

### Vis

De afgelopen jaren hebben we een belangrijke stap gezet door geen bedreigde vissoorten meer in te kopen. In 2023 bestond 3% van onze inkoop uit bedreigde vis. Incidenteel zijn er nog leveringen gedaan omdat vis uit het seizoen niet voorradig bleek. Als volgende stap richten we ons op het vergroten van het aandeel vis van het seizoen. De komende jaren stappen we over op uitsluitend seizoensgebonden vis met topkeurmerken als ASC en MSC. Dit is in 2026 gerealiseerd.

### Groente van Nederlandse bodem

Ons vorige doel was om in 2023 50% van de ingekochte groente van Nederlandse bodem en uit het seizoen in te kopen. In 2023 kwam ongeveer 51% van onze ingekochte groenten van Hollandse bodem en uit het seizoen. We blijven ons inzetten om Nederlandse producenten te ondersteunen. Daarom gaan we vanaf 2025 60% van onze groente inkopen van Nederlandse bodem. Hierbij streven we naar duurzame productiemethoden en eerlijke prijzen voor de boeren. Daarnaast geven we de voorkeur aan groenten van het seizoen.

### Groente en fruit per vliegtuig

De klimaatimpact van luchttransport is aanzienlijk. Daarom stoppen we met de inkoop van groente en fruit dat per vliegtuig naar Nederland wordt vervoerd. In 2023 werd 4% van de totale inkoop groente en fruit per vliegtuig vervoerd. Ons doel is om vanaf 2025 geen groente en fruit via deze transportmethode meer in te kopen.

### Eiwitrijke gewassen

In lijn met de opkomst van eiwitrijke gewassen als peulvruchten, verkennen we ook de mogelijkheden om bijvoorbeeld lupine en zeewier in onze keuken te integreren. Peulvruchten verbeteren de bodemgezondheid en bieden een gezond en plantaardig alternatief voor dierlijke eiwitten.



### Voedselverspilling

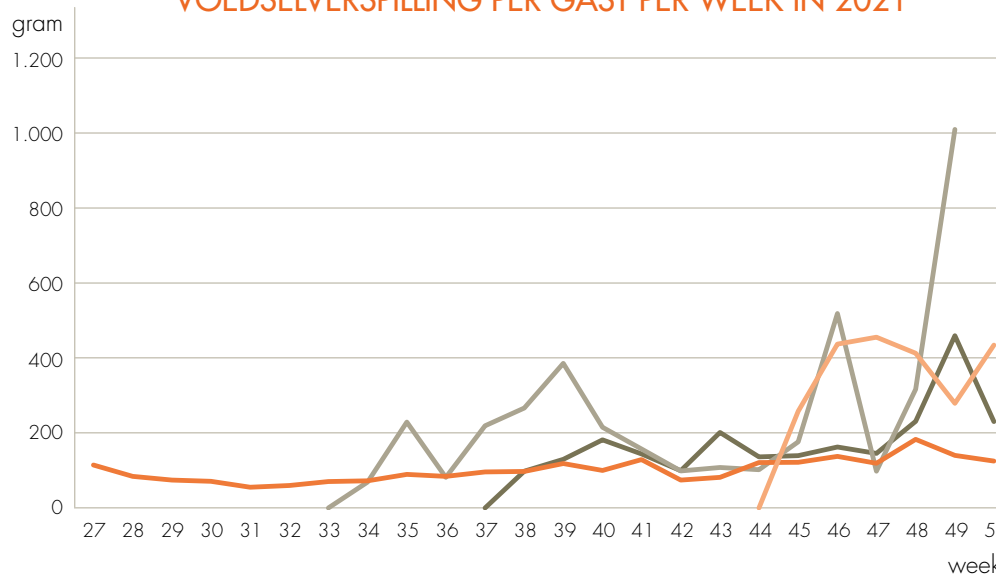
Om grip te krijgen op de voedselverspilling monitoren we sinds 2021 het weggegooide voedsel met de Food Waste Monitor van Orbisk. Deze technologie helpt ons bij het vaststellen van een nulmeting, het formuleren van tussentijdse doelen en het opstellen van een actieplan. Door de gemiddelde voedselverspilling per gast per week bij te houden, krijgen we een duidelijk beeld van de verspilling in onze hotels. Ons doel is om in 2025 20% minder voedsel te verspillen dan in 2023. Het volgende doel is de Sustainable Development Goal (SDG) te halen die voorschrijft om in 2030 50% minder voedsel te verspillen.

### Orbisk

In 2021 zijn we met Orbisk samen gaan werken om voedselverspilling 24/7 te monitoren en vervolgens te reduceren. In dat jaar hebben vier hotels een nulmeting uitgevoerd met behulp van de Orbisk-monitor. De metingen begonnen op verschillende momenten en gaven inzicht in de verspilling per gast. De gemiddelde hoeveelheid verspilling per gast per week varieerde in 2021 van 101 tot 379 gram. Sinds dat jaar hebben we de monitor ieder jaar in verschillende hotels ingezet. De gemiddelde verspilling per gast per week voor alle hotels bedroeg in 2021 **229 gram**.



### VOEDSELVERSPILLING PER GAST PER WEEK IN 2021



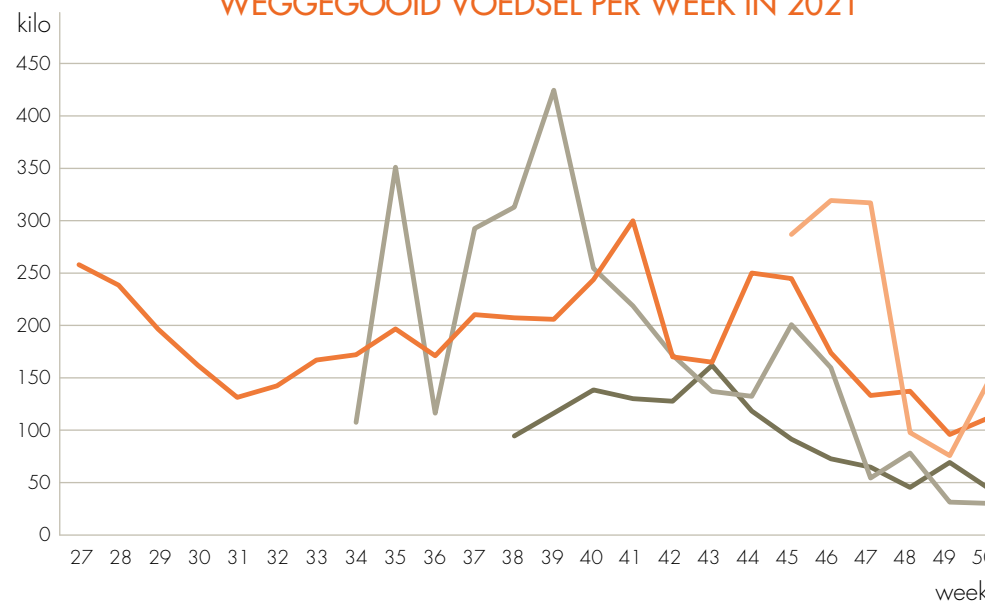
Kasteel Vaalsbroek  
(gemiddeld 253 gram)

Hotel De Keizerskroon  
(gemiddeld 379 gram)

Château Holtmühle  
(gemiddeld 181 gram)

Hotel De Bilderberg  
(gemiddeld 101 gram)

### WEGGEGOOID VOEDSEL PER WEEK IN 2021



Hotel De Keizerskroon  
(gemiddeld 207 kilo)

Hotel De Bilderberg  
(gemiddeld 187 kilo)

Château Holtmühle  
(gemiddeld 98 kilo)

Kasteel Vaalsbroek  
(gemiddeld 181 kilo)





## 2022

In 2022 hebben we het Orbisk-systeem opnieuw in vier verschillende hotels geïmplementeerd. Gedurende een periode van 3 tot 6 maanden werd de Orbisk-monitor actief ingezet. De gemiddelde hoeveelheid verspilling per gast per week bedroeg in 2022 **107 gram**.

## 2023

In 2023 hebben we opnieuw het Orbisk-monitoringsprogramma geïmplementeerd in vier verschillende hotels. Gedurende een periode van 4 maanden heeft de Orbisk-monitor actief metingen verricht. De gemiddelde hoeveelheid verspilling per gast per week voor alle hotels in 2023 bedroeg **93 gram**.

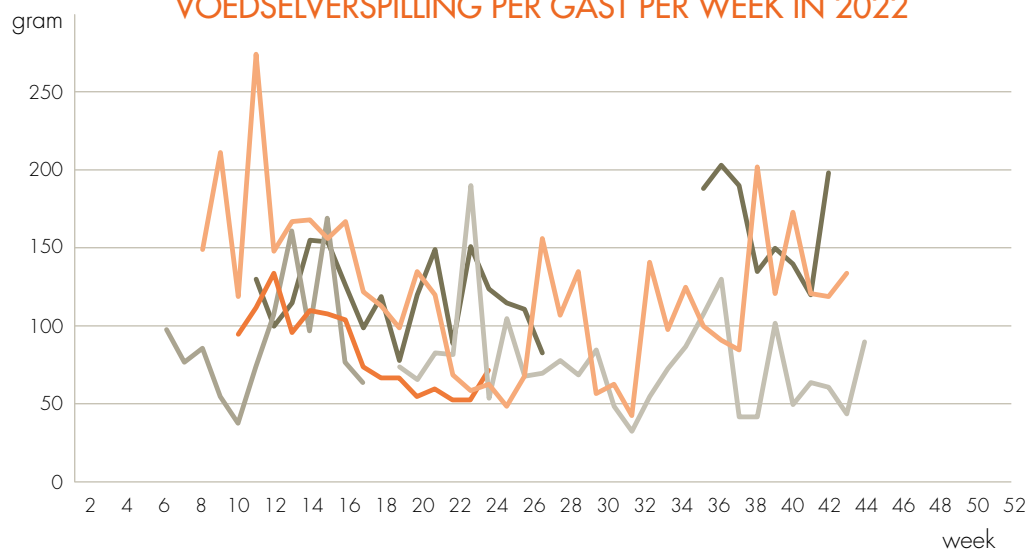
### Hotel de Bilderberg en Bilderberg Château Holtmühle

Hotel de Bilderberg en Bilderberg Château Holtmühle hebben vooruitgang geboekt in het terugdringen van voedselverspilling. Dit zijn de enige hotels waar we een vergelijking kunnen maken tussen 2023 en 2021, omdat hier beide jaren de Orbisk-monitor actief was.

In 2021 bedroeg de gemiddelde voedselverspilling per gast per week bij Hotel de Bilderberg 101 gram. Dankzij gerichte inspanningen en verbeterde processen hebben we dit weten te verminderen tot 84 gram per gast per week in 2023, wat neerkomt op een reductie van

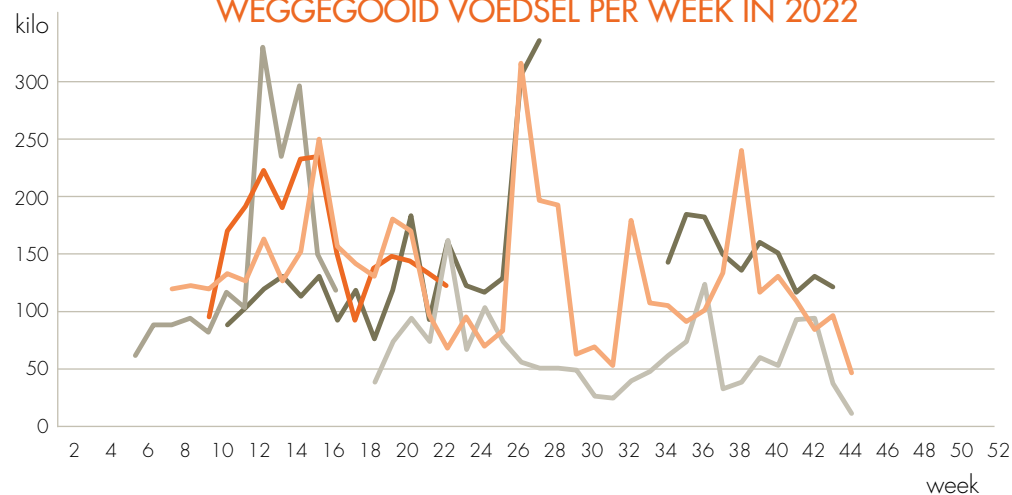
**16,8 procent**. Bilderberg Château Holtmühle heeft eveneens mooie resultaten behaald. In 2021 was de gemiddelde voedselverspilling per gast per week 181 gram. In 2023 hebben we dit weten te reduceren tot 120 gram per gast per week, wat neerkomt op een reductie van **33,7 procent**. De gemiddelde gerealiseerde reductie in 2023 ten opzichte van 2021 van deze twee hotels is dus 25,25 procent.

## VOEDSELVERSPILLING PER GAST PER WEEK IN 2022



Château Holtmühle  
(gemiddeld 147 gram)  
Kasteel Vaalsbroek  
(gemiddeld 99 gram)  
Hotel De Keizerskroon  
(gemiddeld 122 gram)  
Grand Hotel Wientjes  
(gemiddeld 76 gram)  
Hotel De Bilderberg  
(gemiddeld 81 gram)

## WEGGEGOOID VOEDSEL PER WEEK IN 2022



Château Holtmühle  
(gemiddeld 106 kilo)  
Kasteel Vaalsbroek  
(gemiddeld 125 kilo)  
Hotel De Keizerskroon  
(gemiddeld 154 kilo)  
Grand Hotel Wientjes  
(gemiddeld 62 kilo)  
Hotel De Bilderberg  
(gemiddeld 123 kilo)

### Conclusie gemiddelde voedselverspilling Bilderberg

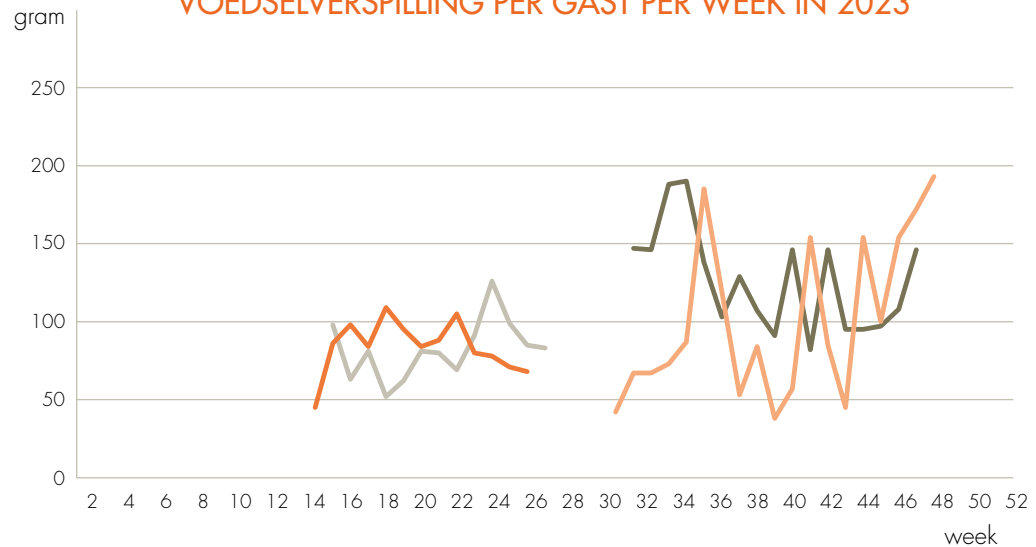
Gemiddeld bedroeg de voedselverspilling per gast per week in 2021 bij de deelnemende hotels 229 gram, gebaseerd op metingen in vier hotels. In 2023 is dit gemiddelde gedaald naar 93 gram per gast per week, op basis van metingen in vier hotels. Deze afname van 59 procent toont onze voortdurende inzet voor het verminderen van voedselverspilling binnen onze hotels.

*"Dankzij prullenbakken in de openbare ruimtes met ruimte voor papier, plastic en rest zien wij dat het voor gasten eenvoudiger - en dus aantrekkelijker is - om afval te scheiden."*

Frans van de Laak,  
General Manager  
Hotel De Keizerskroon



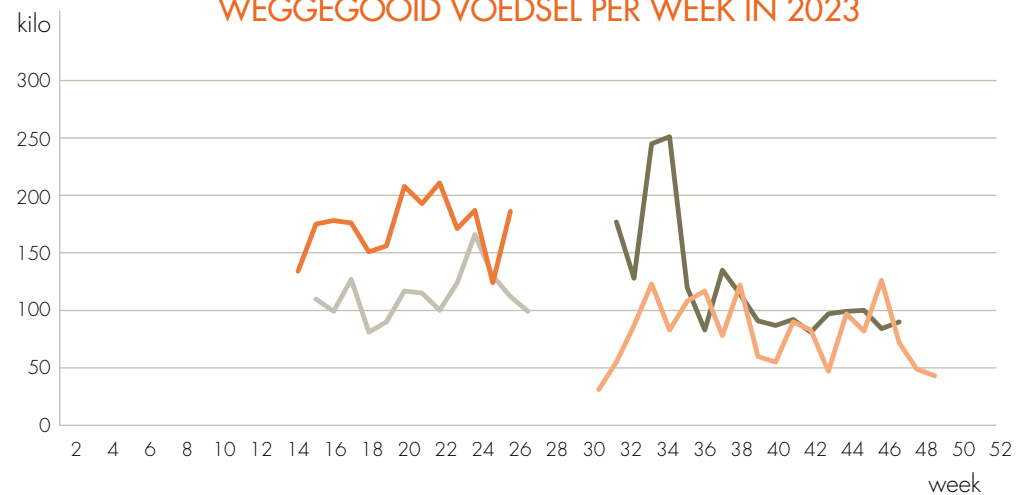
### VOEDSELVERSPLLING PER GAST PER WEEK IN 2023



Résidence Groot Heideborgh  
(gemiddeld 86 gram)  
Château Holtmühle  
(gemiddeld 120 gram)

Hotel 't Speulderbos  
(gemiddeld 81 gram)  
Hotel De Bilderberg  
(gemiddeld 84 gram)

### WEGGEGOOID VOEDSEL PER WEEK IN 2023



Hotel De Bilderberg  
(gemiddeld 151 kilo)

Hotel 't Speulderbos  
(gemiddeld 107 kilo)

Château Holtmühle  
(gemiddeld 115 kilo)

Résidence Groot Heideborgh  
(gemiddeld 73 kilo)

### Too Good To Go

Sinds 2019 werken we samen met Too Good To Go. Dankzij deze organisatie krijgen de producten die na het ontbijt overblijven een goede bestemming. Via de Too Good To Go-app kunnen buurtbewoners in onze hotels een 'magic box' met overgebleven broodjes ophalen.

In 2022 en 2023 hebben we 6.857 maaltijden gered, wat overeenkomt met het vermijden van 17.142 kg CO<sub>2</sub>-uitstoot. Dit staat gelijk aan 77.141 kilometer rijden met de auto. De komende jaren blijven we met Too Good To Go samenwerken.



### Nieuwe coffee corners

De komende maanden komen er nieuwe coffee corners in een aantal hotels. Dit zijn de hotels die vooral conferentiegasten ontvangen die gebruik maken van de coffee corners. We richten ons daarbij op duurzaamheid en efficiency. Specifiek voor onze zakelijke gasten introduceren we watertapkranen. Deze tapsystemen verminderen het gebruik van flessenwater.



### Wijn

In 2023 hebben we onze wijnkaart vernieuwd. We hebben acht wijnen met een duurzaamheidskeurmerk toegevoegd. We volgen hierbij de keurmerken die door Green Key zijn goedgekeurd. De komende jaren gaan we het aandeel biologische en biodynamische wijnen op onze wijnkaart vergroten.

### Lunchbuffet

In 2024 vernieuwen we ons lunchconcept, de 6 S'en: Soep, Sap, Sandwich, Snack, Sweets en Salade. Dit concept is grotendeels plantaardig en wordt in alle Bilderberg hotels geserveerd. Met dit aanbod streven we naar een gezondere en duurzamere eetervaring voor onze gasten.



### Nieuw Bilderberg ontbijtbuffet

In 2023 is het Bilderberg ontbijt verduurzaamd. We hebben afscheid genomen van mono-verpakkingen, waardoor ons plasticverbruik flink is verminderd. Verder is het assortiment uitgebreid met plantaardige producten als vegetarische worstjes en plantaardige melk. Ook werken we nu samen met duurzame ondernemingen als TLANT en Vlaamsch Broodhuys. Tot slot geven we overgebleven brood een nieuw leven in het gerecht Steve's Mum Breadpudding.

*"De reacties op de Breadpudding van mijn moeder zijn overweldigend. Onze gasten vinden het lekker en raken geïnspireerd. We hebben nu veel minder waste op het gebied van brood."*

Steve Sykes,  
Chef Hotel  
Hotel De Keizerskroon



### Koffie en thee

Sinds 2023 kopen we biologische koffie in bij Lavazza. De koffie die we inkopen draagt het Rainforest Alliance certificaat. Dit betekent dat de boeren eerlijk worden betaald met een gegarandeerd minimumloon en dat ze worden ondersteund met voorzieningen voor een betere leefomgeving. Daarnaast garandeert het certificaat gelijkheid in gender en ras, geen kinderarbeid, vakbondsvrijheid en een werkweek van maximaal 48 uur. Ook ontvangen de boeren een onderhandelbare premie bovenop de aankoopprijs en wordt er geïnvesteerd in boerencoöperaties om kosten voor audits, trainingen en apparatuur te kunnen dekken.

Door koffie in te kopen bij Lavazza dragen we bij aan de Lavazza Foundation. De Lavazza Foundation geeft zelf trainingen aan boeren over productietechnieken voor efficiëntere landbouw om zo meer uit hun land te halen. De foundation voorziet daarnaast ook in moderne apparatuur en helpt met de renovatie van koffieplantages. De Lavazza Foundation zorgt dat boeren extra veerkracht hebben, sterk op de eigen benen kunnen staan en een betere toekomst hebben.

We kopen onze thee in bij Dilmah. Hiermee ondersteunen we de Dilmah MJF Charitable Foundation en Dilmah Conservation. Deze organisaties bevorderen milieubehoud, duurzame landbouw en gemeenschapsontwikkeling in thee producerende regio's. Projecten omvatten milieueducatie, gezondheidszorg en onderwijsprogramma's.



## 4. DUURZAAM BEWUSTZIJN BIJ GASTEN

Bij Bilderberg vinden we het belangrijk dat onze gasten van een schone en gezonde leefomgeving genieten. We maken verantwoorde keuzes en voelen ons daarnaast verantwoordelijk om bij onze gasten bewustwording te creëren. Door onze gasten op een positieve en subtiele manier te vertellen wat we doen, wat ook wel 'nudging' wordt genoemd, stimuleren we hen zelf ook bewuste en duurzame keuzes te maken.

*"Na publicatie van ons vorige duurzaamheidsrapportage is er een uniforme communicatiestructuur ontwikkeld, speciaal om onze gasten goed te informeren over Bewust Bilderberg. In een oogopslag is duurzaamheid nu herkenbaar gemaakt."*

Arlette Gilbert,  
CCO  
Event Hotels Nederland



### KPI'S

- |  |      |
|--|------|
| • Onze duurzaamheidsactiviteiten bij de gasten onder de aandacht brengen | 2024 |
| • Samenwerkingen met partners meer onder de aandacht brengen             | 2024 |
| • Alle medewerkers worden jaarlijks getraind in duurzaamheid             | 2024 |
| • Green Key goud voor alle hotels  | 2026 |



## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### Actief stimuleren van gasten

Wij maken de beste keuzes voor onze gasten, waardoor gasten automatisch de beste keuzes maken. De komende jaren zetten we meer in op nudging. We brengen nog beter bij gasten onder de aandacht welke duurzame keuzes we maken en wat gasten zelf kunnen doen. Zo gebruiken we bijvoorbeeld andere woorden op de menukaart om gasten te stimuleren voor de duurzamere optie te kiezen. We stoppen met plantaardige producten vegan te noemen en gaan de CO<sub>2</sub>-uitstoot op de menu's vermelden. Door gezonde gerechten anders te presenteren en aantrekkelijker te maken, verleiden we onze gasten om gezondere en duurzamere keuzes te maken.

### Samenwerkingen met vaste partners

De komende jaren brengen we onze partners beter onder de aandacht van onze gasten. We leggen uit waarom we juist voor deze partner kiezen en wat deze partners voor een duurzame toekomst doen. Denk aan samenwerkingen op het gebied van goed werkgeverschap (Openup), stichtingen die we ondersteunen en producten die we inkopen (onder andere The Good Roll, Koekfabriek, Vlaamsch Broodhuys).

### Duurzaamheidsstraining medewerkers

We zorgen dat alle medewerkers van ons duurzaamheidsbeleid op de hoogte zijn. In 2023 hebben alle medewerkers een training over 'duurzaamheid bij Bilderberg' gehad. De training is bedoeld om draagvlak te creëren en zorgt dat duurzaamheid bij iedereen in onze organisatie in de genen gaat zitten. Daarnaast is het thema duurzaamheid een vast onderdeel van de onboarding procedure.

### Green Key

Sinds 2011 dragen alle Bilderberg hotels het Green Key certificaat. Green Key is hét internationale duurzaamheidskeurmerk voor toeristische en zakelijke accommodaties. Bedrijven met een Green Key certificering gaan onder andere bewezen zuinig om met elektriciteit en water, zijn spaarzaam met wassen en gebruiken milieuvriendelijke schoonmaakmiddelen. Binnen de Green Key certificering zijn er drie gradaties: brons, zilver en goud. Om het Green Key certificaat te behalen, moet een accommodatie aan een aantal verplichte normen op de volgende gebieden voldoen:

1. Management
2. Communicatie
3. Maatschappelijke betrokkenheid
4. Water
5. Reiniging
6. Afval
7. Energie
8. Bouwen en groen
9. Mobiliteit
10. Eten en drinken
11. Duurzaam inkopen
12. Textiel

Het Green Key programma wordt beheerd door de Foundation for Environmental Education, in Nederland uitgevoerd door Stichting KMKV (Stichting Keurmerk Milieu, Veiligheid en Kwaliteit). Een derde partij met onafhankelijke keurmeesters voert de keuringen uit, deze partij is Groen Belicht.

We erkennen het belang van het Green Key-certificaat en zetten ons in om het Green Key Goud-certificaat te behouden. Alle hotels zijn tot en met 2025 Green Key Gold gecertificeerd.

### Uniforme communicatie structuur

In 2021 is er specifiek voor Bewust Bilderberg een sub-branding ontwikkeld. Onderdeel van deze sub-branding is een beeldmerk. Met dit beeldmerk communiceren we eenvoudig en herkenbaar aan gasten dat een product of service aan onze duurzaamheidsdoelstellingen voldoet.

Gasten vinden dit beeldmerk onder andere terug in de wijnkaart, op het ontbijtbuffet en in de Bilderberg Coffee Corner. Ook zijn er producten die volledig in de sub-branding zijn opgesteld. Voorbeelden zijn prullenbakken en informatie flyers op het buffet, die gasten motiveren om naar aanvulling te vragen (in plaats van dat het buffet standaard wordt aangevuld).

Ook in onze communicatie richting gasten dragen we onze doelstellingen uit. Dit doen we bijvoorbeeld aan de hand van artikelen als 'Ontdek het vernieuwde ontbijtbuffet van Bilderberg'. Dit artikel is overigens ook door de pers gepubliceerd. Een ander voorbeeld van nudging is het artikel over Steve's Mum Breadpudding, inclusief recept, op bilderberg.nl. Aan de hand van een verhaal, inclusief recept, vertellen we over de reden waarom we Breadpudding maken. Namelijk, om de hoeveelheid waste op het gebied van brood in de hotels te verminderen.

Voor onze partners in de zakelijke markt hebben we een Bilderberg Beraad omtrent duurzaamheid georganiseerd. Een Bilderberg Beraad is een bijeenkomst van een select gezelschap vaste klanten die worden uitgenodigd om te discussiëren. In 2023 was het thema Duurzaamheid. Aan de hand van stellingen bespraken we zaken als 'Wat speelt er bij onze klanten? En welke rol speelt Bilderberg?' Onze klanten delen de urgentie. Sterker nog, ze verwachten dat we in de toekomst de CO<sub>2</sub>-impact van een Bilderberg-verblijf kunnen aangeven.



# ONZE PLANEET



## 5. AFVAL EN RECYCLING

Onze hotels genereerden in 2022 en 2023 gezamenlijk gemiddeld 660.000 kilo afval per jaar. Dit afval wordt zoveel mogelijk gescheiden bij onze afvalverwerker aangeleverd. Dit lukt niet altijd, bijvoorbeeld als het afval uit verschillende materialen bestaat of als de sortering niet correct is uitgevoerd. Steeds vaker merken we dat afval niet langer alleen afval is, maar een grondstof voor nieuwe producten.

*"Afval is geen afval, maar de basis van een vervolgproduct. Door samen te werken met onze afvalpartners, kunnen we ons afval nog beter scheiden, recyclen en verwaarden"*

Rob van Hooijdonk,  
Operations Support  
Manager Duurzaamheid  
Event Hotels Nederland



### AMBITIE

Het is onze ambitie om een zero waste bedrijf te worden. Dit willen we realiseren door geen restafval meer te produceren, het gebruik van plastic te verminderen en de sortering voor recycling te optimaliseren. In de komende jaren werken we nauw samen met onze leveranciers en afvalpartners. Samen willen we meer inzicht krijgen in de materialen die we aanschaffen en hoe we deze het beste kunnen scheiden.

### KPI'S

• Percentage restafval reduceren naar 40%	2025
• 80% van ingekochte plastic verpakkingen is recyclebaar	2025
• Afval wordt gescheiden in alle vergaderruimtes & kamers	2026
• Plastic afval (kg) is met 30% verminderd ten opzichte van 2024	2026
• Restafval is gereduceerd met 50% ten opzichte van 2023	2030



## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### Restafval

We streven ernaar om geen restafval te produceren. Dit betekent dat andere reststromen automatisch toenemen. In 2019 was het restafval 464.588 kilo. In 2022 was dit 336.430 kilo. In 2023 was dit 329.875 kilo. In onze vorige rapportage hebben we het doel gesteld om in 2030 30% minder restafval te produceren dan in 2019. Dat betekent 325.211 kilo in 2030. We kunnen dit dus ruim voor 2030 halen. Het percentage restafval van al onze hotels bedroeg in 2019 49,11%. In 2022 was dit percentage 50,50% en in 2023 50,41%. Het percentage restafval moet volgens onze doelstelling in 2025 maximaal 40% zijn.

### Afval scheiden

Doordat we nieuwe afvalbakken in de openbare ruimtes van alle Bilderberg hotels hebben geplaatst, is het voor gasten nu mogelijk om plastic, papier en restafval te scheiden.

In de helft van onze hotels kunnen gasten op dit moment in de vergaderruimtes afval scheiden. We streven ernaar om in 2026 alle vergaderruimtes van afvalbakken te voorzien, waarmee onze zakelijke gasten tijdens vergaderingen afval kunnen scheiden. Daarnaast gaan we afval op de hotelkamers scheiden, aangezien dit een belangrijke bron van restafval is. Dit zal in 2026 in alle hotels gerealiseerd zijn.

### Plastic

Vanaf 2023 wordt plastic in alle hotels gescheiden. Omdat we in 2019 nog niet in alle hotels plastic scheidde, is het niet mogelijk om in 2024 het effect van plasticreductie ten opzichte van 2019 te meten. 2024 dient daarom als het referentiejaar waarin we ons plasticverbruik in kaart brengen. We gaan in gesprek met onze leveranciers om het gebruik van (plastic) verpakkingen tot een minimum te beperken. Daarnaast kijken we naar het percentage plastic dat kan worden gerecycled.

De afgelopen twee jaar hebben we mooie stappen ondernomen om de hoeveelheid plastic afval te verminderen.

### Rituals

In 2023 zijn we overgestapt op hervulbare zeepompen in al onze hotels. We zijn dus gestopt met het gebruik van single-use zeepjes, bodylotion en body/face/hair-wash. Naar schatting besparen alle Bilderberg hotels dankzij deze maatregel jaarlijks 2.000 kg aan plastic. (bron Rituals, onderzoek LCA Centre). Daarnaast bieden we single use amenities zoals een showercap niet meer standaard aan op de kamers. We zijn overgestapt op de Black range van Bunzl voor onze guest amenities (scheerset, naaiset, tandenborstelset). Deze zijn in karton verpakt in plaats van in plastic. Daardoor verbruiken we in verhouding tot de vorige amenities minder plastic en meer karton.





### SUP wetgeving

Sinds 2020 gebruiken we stap voor stap alternatieve producten, zoals houten roerstaafjes. Daarnaast is in juli 2021 wetgeving ingegaan over het recyclen van kleine petflessen. Sinds juli 2021 worden deze flesjes in alle hotels ingezameld en opgehaald door de groothandel, waarna ze worden gerecycled. De afgelopen twee jaar is er nog meer wetgeving van kracht gegaan. Om die reden zijn we gestopt met het gebruik van single use bekers. In plaats daarvan gebruiken we herbruikbare alternatieven.





### Digitalisering

Dankzij de introductie van Mews, een cloudgebaseerd Front Office systeem, is het printen van noodrapportages door de Front Office niet langer noodzakelijk. Dit systeem stelt ons in staat om gegevens veilig en gemakkelijk toegankelijk te maken zonder het gebruik van papier. Onze gasten kunnen nu online hun registratieformulieren invullen en ondertekenen. Hierdoor is er geen behoefte aan papieren formulieren bij het in- en uitchecken. Dit versnelt het incheckproces en vermindert het papierverbruik. Ook de ontbijtlijst is gedigitaliseerd.



## AFVALSTROMEN

VERWERKING TOT :  
(gemiddelde van 2022-2023)

	2022	2023	 Grondstof	 Groene energie	 Grijs energie	 Residu
Afval/Restafval	50,50%	50,41%	5%	36%	37%	22%
Swill Voedselresten	18,24%	18,91%	94%	3%	3%	0%
Glas	19,38%	16,30%	98%	1%	1%	0%
Papier/Karton	10,67%	11,95%	79%	8%	8%	5%
Vertrouwelijk papier	0,13%	0,16%	84%	16%	0%	0%
Folie/Kunststoffen	0,46%	0,30%	98%	0%	1%	1%
Matrassen	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Vetten	0,35%	0,37%	90%	4%	4%	2%
Elektr(on)isch afval	0,02%	0,05%	76%	22%	2%	0%
Gevaarlijk afval	0,06%	0,01%	0%	//	//	//
Bouw & Sloop	0%	0%	0%	//	//	//
Overig	//	//	//	//	//	//
PMD	0,19%	1,54%	86%	2%	12%	0%

## 6. VERANTWOORD INKOPEN

Een bewust inkoopbeleid is misschien wel dé voorwaarde om onze doelstellingen en ambities op het gebied van duurzaam ondernemen te behalen. Hierbij zoeken we naar een overeenkomst die gunstig is voor onze planeet, onze leveranciers, onze gasten en onszelf. In onze inkoopvoorwaarden hanteren we al lange tijd een duurzaamheidsbeleid. We vragen onze leveranciers bijvoorbeeld een duurzaamheidsverklaring te ondertekenen. Door ons inkoopbeleid aan te scherpen, op basis van de ambities in dit rapport, gaan we nog een stap verder.

*"Bij een duurzaam inkoopbeleid komt alles samen: inkopen tegen een eerlijke prijs, transparantie over de herkomst van producten en keuzes die gunstig zijn voor planeet, mens en organisatie"*

Ronald Slomp,  
General Manager  
Bilderberg Garden Hotel



### AMBITIE

Ons doel is om nieuwe afspraken met onze leveranciers te maken, zodat ons inkoopbeleid gunstig is voor de planeet, onze leveranciers, onze gasten en onszelf.

### KPI'S

- |   |      |
|---|------|
| • Een nieuw beleidskader inkoop is opgesteld voor alle afdelingen | 2024 |
| • Alle leveranciers committeren zich aan het nieuwe inkoopbeleid  | 2025 |





## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### Inkoopbeleid is aangescherpt

De afgelopen twee jaar hebben we ons inkoopbeleid aangescherpt en is duurzaamheid een grotere rol gaan spelen. Een voorbeeld hiervan is het verduurzamen van ons ontbijtbuffet. Ook kopen we duurzame koffie en thee van Lavazza en Dilmah en zijn we een samenwerking met de Koekfabriek aangegaan. Daarnaast hebben we een samenwerking met Rituals waardoor we nu hervulbare shampoo in de hotelkamers en zeep in de openbare ruimtes aanbieden.

### Duurzaamheidsverklaring

Afgelopen jaar hebben we een hernieuwde duurzaamheidsverklaring opgesteld. Deze hebben we laten tekenen door onze belangrijkste leveranciers. Hierin zijn onder andere afspraken gemaakt over het uitstoten van CO<sub>2</sub>, mensenrechten en duurzaam inkopen.

### Transparantierapport

Ons oorspronkelijke doel was om jaarlijks een transparantierapport van onze belangrijkste leveranciers te ontvangen. Dit is nog niet geheel uit de verf gekomen. We onderhouden nauw contact met onze leveranciers om onze samenwerking te verduurzamen. We realiseren ons dat er, wat betreft de transparantie die onze leveranciers bieden, ruimte is voor verbetering.

### Inkoopbeleidskaders

Vanaf 2024 gaat Bilderberg haar nieuwe duurzaamheidsdoelstellingen en ambities in het bestaande inkoopbeleid integreren. Om dit te realiseren, herzien we de huidige procedures en voorwaarden per productgroep. Dit stelt ons in staat specifieke en relevante eisen te stellen die aan onze duurzaamheidsdoelen bijdragen. De inkoopprocedures zijn per afdeling vastgelegd, zodat er duidelijkheid is over wat wel en niet kan worden ingekocht.

Daarnaast besteden we in de inkoophandleiding aandacht aan duurzaamheid. Hierin staan de verantwoordelijkheden van medewerkers duidelijk omschreven. Het vernieuwde inkoopbeleid zal vanaf dit jaar de basis vormen voor elke samenwerking met leveranciers. Door deze herziening wordt duurzaamheid een integraal onderdeel van onze inkoopprocessen. We blijven continu in gesprek met onze leveranciers over duurzaamheid en zoeken actief naar mogelijkheden om onze producten verder te verduurzamen. Hierbij onderzoeken we ook de mogelijkheden om pilots op te starten die aan onze duurzaamheidsambities bijdragen. De afgelopen jaren hebben we altijd rekening gehouden met de normen van Green Key. De komende jaren gaan we nog een stap verder door meerdere optionele normen in onze inkooppraktijken op te nemen. Zo letten we bij de aanschaf van nieuwe douches, kranen en toiletten op de waterdoorstroom om waterverbruik te minimaliseren. We onderzoeken het gebruik van Fairtrade en FSC-gecertificeerde producten voor meubels en andere interieuritems.

Daarnaast bekijken we de mogelijkheden om bij verbouwingen bio-based materialen te gebruiken. We maken een inventarisatie van de schoonmaakmiddelen die we gebruiken en vervangen ze waar mogelijk voor milieuvriendelijkere alternatieven. Voor onze vergaderruimtes nemen we passende maatregelen, zoals het gebruik van duurzame stiften en pennen en papieren flip-overs met een keurmerk. Daarnaast gebruiken we steeds minder papier door over te stappen op digitale schermen. Bij het kiezen van nieuwe bedrijfskleding gaan we voor duurzamer textiel en houden we rekening met keurmerken.

### Toelichting op inkoopcriteria

Duurzaamheidscertificeringen zijn een handig middel om te beoordelen of een product aan onze duurzaamheidseisen voldoet. We baseren onze keuzes echter niet uitsluitend op de aanwezigheid van zo'n certificaat. Er zijn talrijke certificeringen, en sommigen daarvan zijn vooral commercieel gedreven. Dit betekent dat een product een Fair Trade Label kan hebben, terwijl de producenten nog steeds minder dan het minimumloon verdienen. Daarom eisen we niet per se een duurzaam certificaat, maar wel dat het product aan onze criteria voor duurzame en verantwoorde productie voldoet. Zelfs wanneer een product een duurzaamheidslabel draagt, stellen we kritische vragen. De MVO-verantwoordelijke beoordeelt alle inkoopbeslissingen voordat ze worden goedgekeurd.

*"Samenwerken met de juiste partner maakt het verschil in service en kwaliteit, maar ook in duurzaamheid. Daarom toetsen wij iedere partner aan de hand van Kaders."*



Rob van Hooijdonk,  
Operations Support Manager Duurzaamheid  
Event Hotels Nederland

### Transparantie voedselketen

Voor 2025 onderzoeken we de route naar transparantie in de voedselketens. Daarbij kijken we verder dan certificering. Een belangrijke voorwaarde voor de samenwerking is dat de makers van ons eten en drinken een eerlijke prijs verdienen en dat er ethisch wordt gehandeld. Bij nieuwe producten selecteren we op basis van deze criteria.

### Gelijke kansen

Bij de selectie van nieuwe leveranciers geven we alle partijen een gelijke kans, ongeacht grootte of bestaansduur van het bedrijf. We vinden het belangrijk dat een samenwerking voor de lange termijn is en dat beide belangen goed worden behartigd, zowel op financieel als sociaal gebied. Zo voorkomen we tevens dat een leverancier een (te) grote afhankelijkheid van ons heeft, of wij van hen.

### Fair pricing

De afgelopen jaren hebben we grote stappen gemaakt op het gebied van fair pricing, door biologische koffie, zuivel voor het ontbijtbuffet, thee en koekjes in te kopen van producenten die zich inzetten voor eerlijke handel. De komende jaren blijft dit een belangrijk thema binnen ons inkoopbeleid.



## 7. CO<sub>2</sub>-EMISSIES

Klimaatverandering is één van de grootste uitdagingen op de wereld. De uitstoot van CO<sub>2</sub> is daar grotendeels de oorzaak van. Er zijn genoeg stappen die we nog kunnen nemen om onze CO<sub>2</sub>-emissie te verminderen. Vooral op het gebied van warmte installaties, elektrische apparatuur en het isoleren van onze panden. Daarnaast gaat CO<sub>2</sub>-uitstoot een rol spelen met betrekking tot ons inkoopbeleid.

*"Door grootschalige renovaties in twee hotels ontstond de mogelijkheid om te verwarmen met elektriciteit in plaats van gas, een mooie stap vooruit"*

Harold Lam,  
Property Manager  
Event Hotels Nederland



### AMBITIE

Bilderberg wil de route naar een CO<sub>2</sub> neutraal verblijf uitstippelen. Op korte termijn voeren we verschillende snelle oplossingen uit om energie te besparen, op de lange termijn vervangen we installaties.

### KPI'S

- |  |      |
|--|------|
| • Volledige uitstoot CO <sub>2</sub> is in kaart gebracht en een reductieplan is opgesteld | 2025 |
| • Scope 1 & 2 emissies zijn met 15% gereduceerd ten opzichte van 2023                      | 2026 |
| • 20% van energie verbruikende installaties is vervangen                                   | 2026 |



## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### CO<sub>2</sub>-uitstoot

Bilderberg heeft de afgelopen jaren stappen gezet om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen, specifiek gericht op de scope 1 en 2 emissies. Deze emissies omvatten de uitstoot die vrijkomt door het gebruik van elektriciteit en gas in de hotels. De inspanningen hebben geleid tot een daling van de CO<sub>2</sub>-uitstoot.

In 2022 was de CO<sub>2</sub>-uitstoot van onze hotels 6.851.345 kg. In 2023 hebben we dit weten te reduceren tot 6.812.276 kg. Dit is exclusief de uitstoot van de stadsverwarming van Parkhotel Rotterdam, die we vanaf 2022 wel in onze berekeningen gaan meenemen als benchmark. Om een goede vergelijking te maken met 2019 hebben we deze uitstoot niet meegenomen in de berekeningen.

Onze strategie voor het verminderen van CO<sub>2</sub>-uitstoot omvatte onder andere het vervangen van verouderde installaties door energie-efficiëntere alternatieven. We hadden ons tot doel gesteld om in 2023 een vermindering van 25% te bereiken ten opzichte van 2019. In 2019 bedroeg de uitstoot nog 7.821.255 kg, terwijl we in 2023 een uitstoot van 6.812.276 kg hebben gerealiseerd. Dit komt neer op een reductie van 12,9%.

Het is belangrijk om op te merken dat twee van onze hotels, Hotel De Keizerskroon en Europa Hotel Scheveningen, in 2023 niet volledig operationeel waren vanwege verbouwingen. Hierdoor hebben we mogelijk niet het volledige effect van onze reductiemaatregelen kunnen meten. In 2024 evalueren we de werkelijke impact van deze verbouwingen.

Hoewel we vooruitgang hebben geboekt, is het ons nog niet gelukt om alle uitstoot volledig volgens de Science Based Targets initiative (SBTi) richtlijnen in kaart te brengen. Dit blijft een belangrijk aandachtspunt. We blijven ons inzetten om onze emissies conform deze internationaal erkende normen nauwkeuriger te monitoren. We erkennen dat we nog niet de beoogde reductie van 25% hebben bereikt. We blijven ons onverminderd inzetten om onze CO<sub>2</sub>-uitstoot verder te laten dalen.

### Volledige CO<sub>2</sub>-uitstoot

Als onderdeel van onze ambitie om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen, is het belangrijk om eerst volledig inzicht te krijgen in onze totale voetafdruk. Dit is een fundamentele stap in het begrijpen van de omvang van onze impact en het bepalen van de reductiedoelstellingen.

Om onze uitstoot te kunnen verminderen, voeren we een analyse van onze bedrijfsvoering uit. Deze analyse stelt ons in staat om precies te bepalen waar onze grootste uitstootbronnen liggen en welke maatregelen het meest effectief zijn. Hierbij kijken we niet alleen naar directe emissies (scope 1) en indirecte emissies (scope 2), maar ook naar de scope 3 emissies.

We zetten ons actief in voor het reduceren van onze scope 1, 2 en 3 emissies. Op basis van de verkregen inzichten stellen we reductiedoelstellingen op. Deze doelstellingen vormen de basis voor gerichte maatregelen.

### Vervangen van installaties

Een belangrijk onderdeel van onze strategie is het vervangen van verouderde installaties door duurzame alternatieven. Dit omvat onder andere de installatie van warmtepompen en energie-efficiënte boilers in verschillende hotels. Door deze aanpassingen verminderen we ons gasverbruik aanzienlijk. Bij Kasteel Vaalsbroek zijn in 2023 de oude ketels vervangen voor HR ketels, dit zijn ketels met een hoog rendement, deze besparen dus op energie ten opzichte van traditionele ketels. Bij Europa Hotel Scheveningen, Hotel De Keizerskroon en Hotel De Bilderberg hebben we VRF-systemen (Variable Refrigerant Flow) geïnstalleerd. Deze klimaatbeheersystemen verwarmen en koelen op een energiebesparende manier. Het VRF-systeem is een circulair systeem dat warmte onttrekt uit de omgeving en deze elders binnen het gebouw hergebruikt. Dit leidt tot een efficiënter energieverbruik, waarbij meer elektriciteit wordt gebruikt en minder gas. Door de implementatie van VRF-systemen verminderen we onze CO<sub>2</sub>-uitstoot.

### Scope 3 emissies

Scope 3 emissies omvatten alle indirecte emissies die voortkomen uit onze activiteiten, behalve die uit energiegebruik. Deze emissies zijn vaak verspreid over de hele waardeketen en omvatten onder andere de uitstoot verbonden aan onze inkoop van goederen en diensten, afvalbeheer en reiskilometers van medewerkers. Het in kaart brengen van deze emissies is een noodzakelijke taak om een volledig beeld te krijgen van onze milieupact.





### Isolatie van panden

Om energieverlies te minimaliseren en daarmee ons energieverbruik voor verwarming en koeling te verlagen, investeren we in de isolatie van onze panden. Dit is een wezenlijke stap naar een duurzamer energiebeheer binnen onze hotels.

### Lokale energieopwekking

In 2023 zijn op verschillende locaties zonnepanelen geplaatst. Het gaat om de volgende locaties: Hotel De Bilderberg, Hotel 't Speulderbos en Résidence Groot Heideborgh. We onderzoeken meerdere mogelijkheden om energie lokaal op te wekken. Dit vermindert onze afhankelijkheid van externe energieleveranciers. In 2024 zijn er zonnepanelen geplaatst bij Kasteel Vaalsbroek.

### Overgang naar LED-verlichting

In lijn met de wetgeving stappen we in al onze hotels over op LED-verlichting, wat energie-efficiënter is dan traditionele verlichting.

### Laadpalen

De afgelopen jaren hebben we meerdere laadpalen geïnstalleerd om elektrisch rijden te stimuleren en aan de groeiende vraag van gasten tegemoet te komen.

### EED-Audits

In januari 2024 zijn we gestart met de Energy Efficiency Directive (EED)-audits. Deze audits bieden inzicht in de energiestromen binnen onze onderneming. Daarnaast identificeren de audits mogelijkheden voor energiebesparing, inclusief een voorspelling van de te verwachten effecten. De EED-audits helpen ons een beeld te krijgen van waar en hoe we onze energie-efficiëntie kunnen verbeteren. De resultaten van deze audits worden niet alleen intern gebruikt, maar ook gedeeld met instanties als de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO). De resultaten van deze audits worden aan het einde van 2024 verwacht.

### EML audits

In november 2023 hebben alle Bilderberg hotels een belangrijke stap gezet naar energie-efficiëntie en duurzaamheid door middel van een EML-audit (Erkende Maatregelenlijst). De audit is een uitgebreide beoordeling die energiebesparende maatregelen met een terugverdientijd van vijf jaar of minder in kaart brengt. De EML-audit bevat drie onderdelen: Gebouwen, Faciliteiten en Processen. Met deze audit hebben we een duidelijk beeld gekregen van waar we onze energie-efficiëntie kunnen verbeteren en hoe we aan de energiebesparingsplicht kunnen voldoen. Door te kijken naar onze gebouwen, faciliteiten en processen identificeren we welke innovaties en verbeteringen nodig zijn om onze impact op het milieu te verminderen. De resultaten van deze audits gebruiken we intern om onze duurzaamheidsdoelstellingen te versterken. Daarnaast dienen we ze in bij de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO).







### Bespaarbaas campagne 2022 & 2023

In het najaar van 2022 lanceerden we de interne energiebesparingscampagne 'De Bespaarbaas'. De focus lag op bewustwording. Medewerkers werden aangemoedigd om hun ideeën en tips omtrent energiebesparing te delen. De hotels die de meest waardevolle bijdragen leverden vielen in de prijzen. De campagne vormde een krachtig instrument om het bewustzijn bij onze medewerkers over het belang van energiebesparing en de impact die onze acties hebben te vergroten. In het najaar van 2023 hebben we opnieuw 'De Bespaarbaas' gelanceerd, met dezelfde nadruk op bewustwording binnen de hotels. We begrijpen dat het activeren en betrekken van onze medewerkers noodzakelijk is om daadwerkelijk veranderingen teweeg te brengen.




Door medewerkers bij het proces van energiebesparing te betrekken, hebben we niet alleen waardevolle inzichten en ideeën verzameld, maar ook de cultuur van milieubewustzijn en verantwoordelijkheid binnen de organisatie versterkt.





Gas- en elektraconsumptie per gast per nacht	2022			2023		
	 m <sup>3</sup> gas	 kWh elektra	 GJ stadsverwarming	 m <sup>3</sup> gas	 kWh elektra	 GJ stadsverwarming
Europa Hotel Scheveningen	3,51	13,09		2,66	29,99	
Garden Hotel	1,91	18,61		2,22	18,30	
Grand Hotel Wientjes	3,07	14,56		2,69	13,63	
Hotel 't Speulderbos	5,41	14,18		4,34	13,87	
Château Holtmühle	0*	44,58		0*	42,28	
Hotel De Bovenste Molen	2,99	13,19		2,56	11,97	
Hotel De Keizerskroon	5,02	25,09		3,69	33,96	
Kasteel Vaalsbroek	5,33	24,46		4,42	19,97	
Parkhotel Rotterdam	0,12	14,88	0,078	0,09	13,18	0,071
Résidence Groot Heideborgh	4,55	23,58		4,92	20,54	
Hotel De Bilderberg	3,83	15,66		3,76	16,57	

\* Château Holtmühle verbruikt geen gas

Gasconsumptie in kg CO <sub>2</sub> 	2.621.835			2.328.860		
Elektraconsumptie in kg CO <sub>2</sub> 		4.229.510			4.483.416	
Stadsverwarming in kg CO <sub>2</sub> 			134.334			140.524

1 kWh grijze stroom = 0,54 kg CO<sub>2</sub>  
 1 m<sup>3</sup> grijs gas = 2,08 kg CO<sub>2</sub>  
 1 GJ stadsverwarming = 25,37 kg CO<sub>2</sub>

Totale CO <sub>2</sub> -emissies in kg (uit gas en elektra) 	6.851.345 kg CO <sub>2</sub> (excl. stadsverwarming)			6.812.276 kg CO <sub>2</sub> (excl. stadsverwarming)		
	6.985.679 kg CO <sub>2</sub> (incl. stadsverwarming)			6.952.800 kg CO <sub>2</sub> (incl. stadsverwarming)		

\* bron emissiefactoren: klimaatplein.com

## 8. WATERVERBRUIK

Gemiddeld verbruikten onze hotels 8.735 m<sup>3</sup> water per jaar in 2022 en 2023. Mede vanuit Green Key ligt onze focus al lange tijd op het reduceren van waterverbruik. Daarbij maken we onderscheid tussen het water dat onze gasten verbruiken en het water dat in de operatie wordt gebruikt.

*"Een heerlijke douche,  
een verwarmd zwembad,  
een schoon hotel: water speelt  
ongemerkt een grote rol in de  
ervaring bij onze gasten. Juist  
door te besparen waar we  
kunnen, kan water deze rol  
blijven vervullen"*

Rob van Hooijdonk,  
Operations Support  
Manager Duurzaamheid  
Event Hotels Nederland



### AMBITIE

We gaan in 2025 voor een reductie van 10% per gast per nacht ten opzichte van 2023. Dit bereiken we mede door ons waterverbruik 24/7 te monitoren en daarop te sturen. Daarnaast richten we ons op het vergroten van bewustwording bij gasten en medewerkers.

### KPI'S

- |   |      |
|---|------|
| • Plan van aanpak bewustwording waterverbruik medewerkers en gasten             | 2024 |
| • Waterverbruik per gast per nacht is gereduceerd met 10% ten opzichte van 2023 | 2025 |




## PLAN VAN AANPAK EN VERANTWOORDING

### Waterverbruik

De afgelopen jaren hebben onze hotels aanzienlijke besparingen op het waterverbruik gerealiseerd. In 2019 bedroeg het waterverbruik van onze hotels 115.755 m<sup>3</sup>. Dankzij diverse maatregelen is dit in 2023 gereduceerd tot 90.872 m<sup>3</sup>, wat neerkomt op een reductie van 21,5%. De Green Key-certificering speelt hierbij een belangrijke rol. Deze certificering verplicht ons om milieuvriendelijke maatregelen te implementeren. Voorbeelden hiervan zijn de installatie van waterbesparende kranen en douches. Twee van onze hotels, Hotel De Keizerskroon en Europa Hotel Scheveningen, waren in verbouwing tijdens deze periode. Hierdoor krijgen we vanaf 2024 pas een volledig en accuraat beeld van de waterbesparing sinds 2019.

### Inzicht in waterverbruik

Eind 2021 is Bilderberg een samenwerking aangegaan met Smartvatten, een bedrijf dat slimme watermeters installeert waarmee we ons waterverbruik op afstand monitoren. Ook lekkages worden snel opgespoord. Sinds 2023 zijn al onze hotels aangesloten op het Smartvatten-systeem. De slimme meters van Smartvatten sturen automatisch meldingen als er afwijkingen in het waterverbruik worden gedetecteerd, zoals mogelijke lekkages. De meldingen komen direct binnen bij onze Technische Dienst, die de lekkages vervolgens snel verhelpt.

Waterconsumptie per gast per nacht in m <sup>3</sup>	2022	2023
Europa Hotel Scheveningen	0,23	0,23
Garden Hotel	0,32	0,28
Grand Hotel Wientjes	0,33	0,25
Hotel 't Speulderbos	0,26	0,25
Château Holtmühle	0,31	0,22
Hotel De Bovenste Molen	0,25	0,25
Hotel De Keizerskroon	0,36	0,30
Kasteel Vaalsbroek	0,24	0,19
Parkhotel Rotterdam	0,12	0,12
Résidence Groot Heideborgh	0,25	0,21
Hotel De Bilderberg	0,21	0,24
<b>Totaal waterconsumptie per jaar in m<sup>3</sup></b> 	<b>101.288</b>	<b>90.872</b>

### Bewustwording medewerkers en gasten

Onze medewerkers en gasten spelen een belangrijke rol bij het besparen van water. Begin 2023 hebben we de campagne gelanceerd met als doel onze medewerkers te stimuleren om energie en water te besparen. Gedurende deze campagne zijn er veel tips door en met de medewerkers gedeeld, die zowel op korte als op lange termijn bijdragen aan het verminderen van ons waterverbruik.

De komende jaren trainen we onze medewerkers verder om waterbesparingsmogelijkheden te signaleren en te benutten. Dit kan variëren van het efficiënt gebruik van afwasmachines tot het controleren van lekkages. Al jarenlang vragen we onze gasten om alleen de handdoeken die gewassen moeten worden op de grond te plaatsen, om onnodig wassen te voorkomen. We stimuleren onze gasten actief om hun waterverbruik te verminderen door hen bewust te maken van de milieu-impact van hun gedrag. We onderzoeken de meest effectieve manieren om gasten te motiveren tot waterbesparing, bijvoorbeeld door bewustmakingscampagnes.

### Waterbesparende maatregelen

Bij alle toekomstige verbouwingen en renovaties implementeren we standaard waterbesparende maatregelen. Dit omvat het installeren van perlators op kranen, het gebruik van waterzuinige apparaten en het opnemen van waterbesparende kranen en toiletten in het ontwerp van nieuwe badkamers. In 2024 stellen we een beleidskader op voor verbouwingen en vernieuwingen van badkamers en keukens. Water- en energiebesparende oplossingen nemen we voortaan standaard in de plannen mee.



# GOVERNANCE

De eindverantwoordelijkheid voor ons MVO-beleid ligt bij de COO van Event hotels, Maurice Jansen. Samen met zijn managementteam, bestaande uit een CFO, CCO en Director of Human Resources, beoordeelt de COO de strategische doelen met een focus op de gebieden waar investeringen nodig zijn.

De Director of Operations, Ernst van der Waal, stuurt de General Managers in de hotels aan en is verantwoordelijk voor de vertaling van de strategische doelen naar tactische uitvoerplannen. In de General Managers kwartaalvergadering worden prioriteiten gesteld, taken verdeeld en vindt terugkoppeling van activiteiten en resultaten plaats.

Binnen het hotel is de General Manager verantwoordelijk voor de uitvoer. Deze wordt hierin ondersteunt door een MVO-ambassadeur. Dit is een medewerker die, vanuit interesse en passie voor het onderwerp, extra verantwoordelijkheid binnen het hotel heeft om de operationele doelstellingen op het gebied van MVO te behalen en mede-collega's te enthousiasmeren.

De Manager Duurzaamheid stelt het jaarlijks MVO-verslag op, ondersteunt de hotels in de vertaling naar actieplannen en uitvoer, communiceert met de stakeholders en verzorgt de resultaatmeting. De Manager Duurzaamheid rapporteert aan de Director of Operations van Bilderberg.



# BIJLAGE 1

## MATERIËLE THEMA'S

ONDERWERP	DEFINITIE
Verantwoord inkopen	Inkopen van producten afkomstig van duurzaam beheerde leveranciers (o.a. door certificering) opdat de impact op het milieu en gemeenschappen beperkt blijft.
Eten & drinken	Streven naar een zo duurzaam mogelijk aanbod én zo min mogelijk verspilling van eten en drinken, waarin we focussen op plantaardig, lokaal en seizoensgebonden.
Afval & recycling	Vergroten van het aandeel recycling binnen onze operationele afvalstromen, de hoeveelheid afval en zwerfafval verminderen en de circulariteit in onze afvalbeheerprocessen verbeteren.
CO <sub>2</sub> -emissies	Verminderen van de CO <sub>2</sub> -uitstoot in onze toeleveringsketen en eigen activiteiten en het verhogen van de energie-efficiëntie in onze hotels.
Waterverbruik	Verminderen van het waterverbruik voor diensten en het waterverbruik door gasten.
Goed werkgeverschap	Creëren van een gezonde en veilige werkomgeving die het welzijn van de medewerkers bevordert.
Diversiteit & inclusie	Zorgdragen voor gelijke behandeling van alle werknemers onafhankelijk van geslacht, leeftijd, religie, ras, kaste, sociale achtergrond, handicap, etnische afkomst, nationaliteit, lidmaatschap van werknemersorganisaties inclusief vakbonden, politieke overtuiging, seksuele geaardheid, genderidentiteit en -expressie, of elk ander persoonlijk kenmerk dat door de wet wordt beschermd.
Training & ontwikkeling	Streven naar een hoge kwaliteit van diensten door training en ontwikkeling voor werknemers te faciliteren.
Mensenhandel	Sturen op het voorkomen van mensenhandel en het respecteren en ondersteunen van mensenrechten binnen onze eigen bedrijfsvoering en in onze waardeketen.
Gemeenschapsontwikkeling	Inzetten op actieve ondersteuning van lokale gemeenschappen door banen te creëren, toegankelijkheid voor iedereen te waarborgen en als ontmoetingsplaats te dienen.
Financiële stabiliteit	Genereren van goede financiële resultaten en een gezonde financiële positie als continuïteitsbasis voor ons bedrijf.
Verantwoord reinigen	Het gebruiken van duurzame, milieuvriendelijke materialen en reinigingsproducten om een zo efficiënt en duurzaam mogelijke schoonmaak te bevorderen.
Groene renovatie & nieuwbouw	Verbeteren van de hotels middels het implementeren van duurzame bouw en circulaire principes.
Mobiliteit	Streven naar een zo duurzaam mogelijk mobiliteit gebruik, door het promoten van elektrisch rijden voor werknemers, het aanbieden van laadpalen op de parkeerplaatsen en het vergemakkelijken van het gebruik van het openbaar vervoer.
Duurzame samenwerkingsverbanden	Samenwerken met verschillende belanghebbenden in de vorm van lange termijn samenwerkingsverbanden die focussen op gezonde en duurzame innovaties in de hotel industrie.
Duurzaam bewustzijn bij gasten	Streven naar een zo duurzaam mogelijk aanbod voor gasten, waar mogelijk gebruik maken van duurzaam 'nudgen' én het streven naar een zo groen mogelijke uitstraling van onze hotels.





## BIJLAGE 2

### GRI

De GRI is gebruikt als basis voor de opzet van dit verslag. GRI staat voor Global Reporting Initiative en geeft richting aan de inhoud van verslaglegging over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Deze norm voor duurzaamheidsverslaggeving is door een onafhankelijke, internationale organisatie opgesteld met het doel uniformiteit te creëren in de communicatie van impact die organisaties maken.

## COLOFON

REDACTIE **BILDERBERG**

VORMGEVING **STUDIO ILVA**

ICONEN **LINEO**

FOTOGRAFIE **ISTOCKPHOTO, PEXELS, BILDERBERG**

TEKST **TEKSTHUYLS, BILDERBERG**