



B I L D E R B E R G

BEWUST BILDERBERG

DUURZAAMHEIDSRAPPORTAGE

2019 - 2021

VOORWOORD

Met gepaste trots presenteren we hierbij de Bilderberg Duurzaamheidsrapportage 2021. In deze rapportage geven we inzicht in de resultaten die we in 2019, 2020 en 2021 op het gebied van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen hebben behaald. Ook benoemen we in dit verslag onze ambities en doelstellingen voor de komende jaren.

Bewust ondernemen zit verankerd in ons dagelijks handelen. Onze hotelketen 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 geboekt. Zo hebben alle Bilderberg Hotels een gouden Green Key certificering, zijn we in 2019 als winnaar van de Food Waste Challenge uit de bus gekomen en hebben we onze inkoop steeds verder verduurzaamd.

Maar onze ambitie reikt verder. Tot 2019 presenteerden we onze activiteiten jaarlijks in het Bilderberg MVO rapport. Nu is er voor het eerst deze Bilderberg Duurzaamheidsrapportage. Deze uitgebreide rapportage geeft ons de mogelijkheid om een beter inzicht in de behaalde resultaten te geven en om onze doelstellingen voor de toekomst opnieuw te formuleren.

"Bewust ondernemen zit verankerd in ons dagelijks handelen"

De afgelopen twee (COVID-)jaren brachten veel uitdagingen met zich mee. De aanhoudende daling van het aantal gasten maakte dat onze eerste focus lag op het doorstaan van de crisis. Dit betekende onder andere dat we in 2020 – met pijn in ons hart – een deel van onze medewerkers hebben moeten laten gaan. Ook waren we genoodzaakt om keuzes te maken die gedreven werden door veiligheid voor onze medewerkers en gasten of kostenbesparing.

Nu zijn we op een punt aangekomen dat we weer voorzichtig vooruit kijken. In 2022 verwachten we één miljoen gasten. Het is onze missie om deze gasten een onvergetelijk verblijf te geven. Met uitstekende service, heerlijk eten en authentiek gastheerschap, op een manier die bijdraagt aan het welzijn van gast, medewerker en omgeving. Want we zijn ons zeer bewust van de impact die onze keuzes op de planeet hebben.

Duurzaamheid is een breed begrip. Van energieverbruik tot afvalverwerking en van arbeidsomstandigheden tot CO₂-uitstoot. Hoe graag we ook zouden willen, we kunnen niet alles tegelijk aanpakken. Een materialiteitsanalyse, uitgevoerd onder onze stakeholders, bracht inzicht in de onderwerpen waarin we een verschil kunnen maken. In deze rapportage richten we ons daarom op de volgende drie thema's:

- **Onze Gasten** met de focus op duurzaam eten en drinken en duurzaam bewustzijn.
- **Onze Planeet** waarbij we kijken naar onze samenwerkingsverbanden, duurzame inkoop, afval en CO₂.
- **Onze Mensen** waarbij goed werkgeverschap en maatschappelijke betrokkenheid centraal staan.

Samen met het Bewust Bilderberg team en adviesbureau Sustainalize hebben we in deze rapportage per thema enkele doelstellingen geformuleerd die we de komende twee tot vijf jaar willen behalen.

De balans opmakend van waar Bilderberg op het gebied van duurzaamheid op dit moment staat, kunnen we zeggen: er is veel dat we al doen, maar we vertellen er soms nog te weinig over. Er is ook veel dat we nog kunnen doen en waar we actie op moeten nemen, samen met onze leveranciers, gasten en partners. Dat gaan we ook doen. Zodat we niet alleen nu, maar ook in de toekomst, onze gasten met open armen kunnen verwelkomen.

Veel leesplezier gewenst en we zien uw feedback in welke vorm dan ook graag tegemoet.

Namens alle medewerkers van Bilderberg,

Arlette Gilbert
CCO Event Hotels



INHOUDSOPGAVE

2019-2021 in één oogopslag	5	ONZE GASTEN	15	Governance	43
Over Bilderberg	7	1. Eten en drinken	16	Bijlagen	44
Onze visie op duurzaamheid	10	2. Duurzaam bewustzijn bij gasten	21		
Onze stakeholders en materiële thema's	11	ONZE PLANEET	24		
Bewust Bilderberg: een duurzame strategie	13	3. Afval en recycling	25		
Onze doelstellingen	14	4. Verantwoord inkopen	28		
		5. CO ₂ -emissies	31		
		6. Waterverbruik	34		
		ONZE MENSEN	36		
		7. Goed werkgeverschap	37		
		8. Gemeenschapontwikkeling	40		

Wat doet Bilderberg op het gebied van duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen? Daarover gaat deze rapportage. Dit verslag bevat de resultaten van de jaren 2019, 2020 en 2021 en schetst onze doelen en ambities voor de komende 2 tot 5 jaar. Dit rapport kan als nulmeting worden beschouwd.

2019 - 2021 IN ÉÉN OOGOPSLAG



ONZE MEDEWERKERS

2019 **849** medewerkers
2020 **1036** medewerkers
2021 **679** medewerkers



GREEN KEY

Gouden certificering behaald voor alle hotels



THE GOOD ROLL

gerecycled toiletpapier

229 bomen bespaard
6 toiletten gebouwd in Ghana

ONZE HOTELS



11
hotels in 2020/2021
(12 hotels in 2019)

GOED ETEN



Duurzaam eetconcept voor zakelijke gasten geïntroduceerd

Samenwerking met Van Eigen Deeg, Oranjestroep, Instock, Too Good To Go

FOOD WASTE



-39% voedselverspilling bij ontbijt

Food Waste Challenge Award 2019



Onze visie

Onze gasten

Onze planeet

Onze mensen



OVER
BILDER-
BERG

OVER BILDERBERG

Bilderberg is een hotelgroep met een rijke Nederlandse geschiedenis. Al meer dan 120 jaar verwelkomen we onze gasten op de meest sfeervolle locaties voor een ontspannen verblijf of een inspirerende zakelijke bijeenkomst. Persoonlijke aandacht, vakmanschap en passie voor goed eten zorgen ervoor dat elk verblijf – zowel privé als zakelijk – een beleving op zich is.

ONZE LOCATIES: VAN STAD TOT STRAND

De hotels van Bilderberg bevinden zich op de meest bijzondere locaties door heel Nederland. Midden in het hart van bruisende steden, verscholen in de natuur of omringd door rust en ruimte. Naast de elf Nederlandse hotels heeft Bilderberg ook een evenementenlocatie in Nederland en een hotel in Duitsland (deze laatste is geen onderdeel van deze rapportage).

ONZE BELOFTE: CREËER HERINNERINGEN IN IEDER MOMENT

Bilderberg biedt een plek waar bijzondere herinneringen ontstaan. Ons geheim daarbij is aandacht. Aandacht voor onze gasten, zodat een weekend weg verandert in een waardevolle herinnering. Aandacht voor eten en drinken, met ieder gerecht willen we verwachtingen overtreffen. Aandacht voor onze medewerkers, omdat zij waarmaken wat wij beloven. En aandacht voor de wereld om ons heen, zodat onze toekomst even rijk is als onze geschiedenis.

ONS MANAGEMENT:

Het operationeel management van de elf Bilderberg hotels in Nederland wordt gevoerd door Crusader Investments BV, een dochterbedrijf van de Duitse hotel management organisatie Event Hotels. First Sponsor en Event Hotels zijn aandeelhouders van de Bilderberg hotelgroep.

ONZE MEDEWERKERS

In 2019 had Bilderberg gemiddeld 849 medewerkers in vaste of tijdelijke dienst. In 2020 waren dit er 1063 en in 2021 679.

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



VEILIG VERBLIJVEN BIJ BILDERBERG TIJDENS CORONA

Het welzijn van onze gasten en onze medewerkers is onze hoogste prioriteit.
In 2020 en 2021 was dit thema zelfs relevanter dan ooit.

Het jaar 2020 zal voor altijd de boeken in gaan als het jaar van COVID-19. De hospitalitybranche is één van de sectoren die het hardst is getroffen. Voor het eerst in onze 120-jarige geschiedenis moesten we in april 2020 voor langere tijd de deuren van al onze hotels sluiten.

Na heropening in mei en juni 2020 waren er in 2020, en ook in 2021, meerdere perioden waarin de horeca in onze hotels deels of volledig waren gesloten. Ons belangrijkste aandachtspunt in deze tijd was de gasten een prettig verblijf bieden, waarbij de veiligheid van onze gasten en medewerkers voorop stond. In navolging van de richtlijnen van de RIVM hanteren we sinds april 2020 de volgende maatregelen:

- Openbare ruimtes worden meerdere keren per dag schoongemaakt.
- Ons personeel is getraind om alert te zijn op de gezondheid van onze gasten en medewerkers.
- Gasten worden uitgebreid geïnformeerd vooraf en tijdens het verblijf, onder andere via e-mail, bewegwijzering en een welkomstbrief op de kamer.
- Op diverse punten in het hotel staat desinfecterende handgel, ook vragen we gasten en medewerkers regelmatig hun handen te wassen.

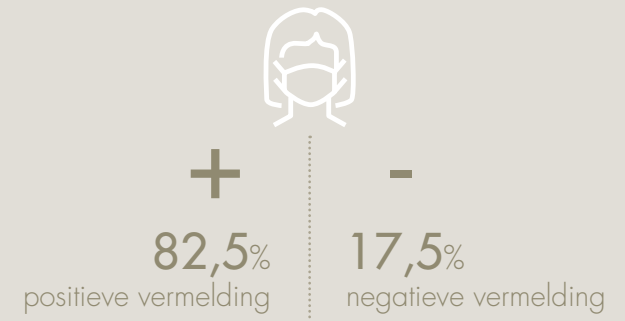
- In de hotels zijn looproutes aangebracht en de restaurants en vergaderruimtes zijn ruimer opgesteld.
- Tijdens de sluitingen van de restaurants bieden we verschillende alternatieven aan, zoals fraaie ontbijtboxen en afhaalgerechten die op de kamer genuttigd kunnen worden.
- Bij de receptie hebben we een doorzichtige voorzetwand aangebracht.
- Onze kenmerkende handdruk bij binnenkomst is vervangen door een gastvrije glimlach.

"Veiligheid is een essentiële voorwaarde voor ontspanning, en een kernwaarde die onze gasten waarderen"

ERVARING VAN GASTEN TIJDENS CORONA

Tijdens de geldende maatregelen hebben we via enquêtes en online reviews de reacties en ervaringen van onze gasten gemonitord. 82,5% van de reviews was positief. Gasten gaven aan dat ze zich prettig voelden bij het gevoerde COVID-19 protocol, met name de duidelijke communicatie omtrent alle regels werd als zeer positief ervaren.

VERMELDINGEN OVER HET COVID-19 PROTOCOL



Bron: ReviewPro (Online Reputatie Management systeem)



ONZE
VISIE



ONZE VISIE OP DUURZAAMHEID

Een duurzame strategie komt pas tot leven wanneer ze is verankerd in de missie en visie van een organisatie. Onze visie op duurzaamheid is dat wij de verantwoordelijkheid hebben om keuzes te maken die het welzijn van onze gasten, medewerkers en omgeving bevorderen. Zodat gasten niet alleen nu, maar ook in de toekomst van een gastvrij verblijf kunnen genieten.

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, restaurants en evenementenlocaties 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 behoeften. Aandacht voor onze voeding, zodat ieder eetmoment een hoogtepunt van de dag is. En aandacht voor onze medewerkers, omdat zij het verschil maken in de beleving van de gast.

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 omgaan met onze planeet kan Bilderberg een plek blijven waar mooie momenten ontstaan.

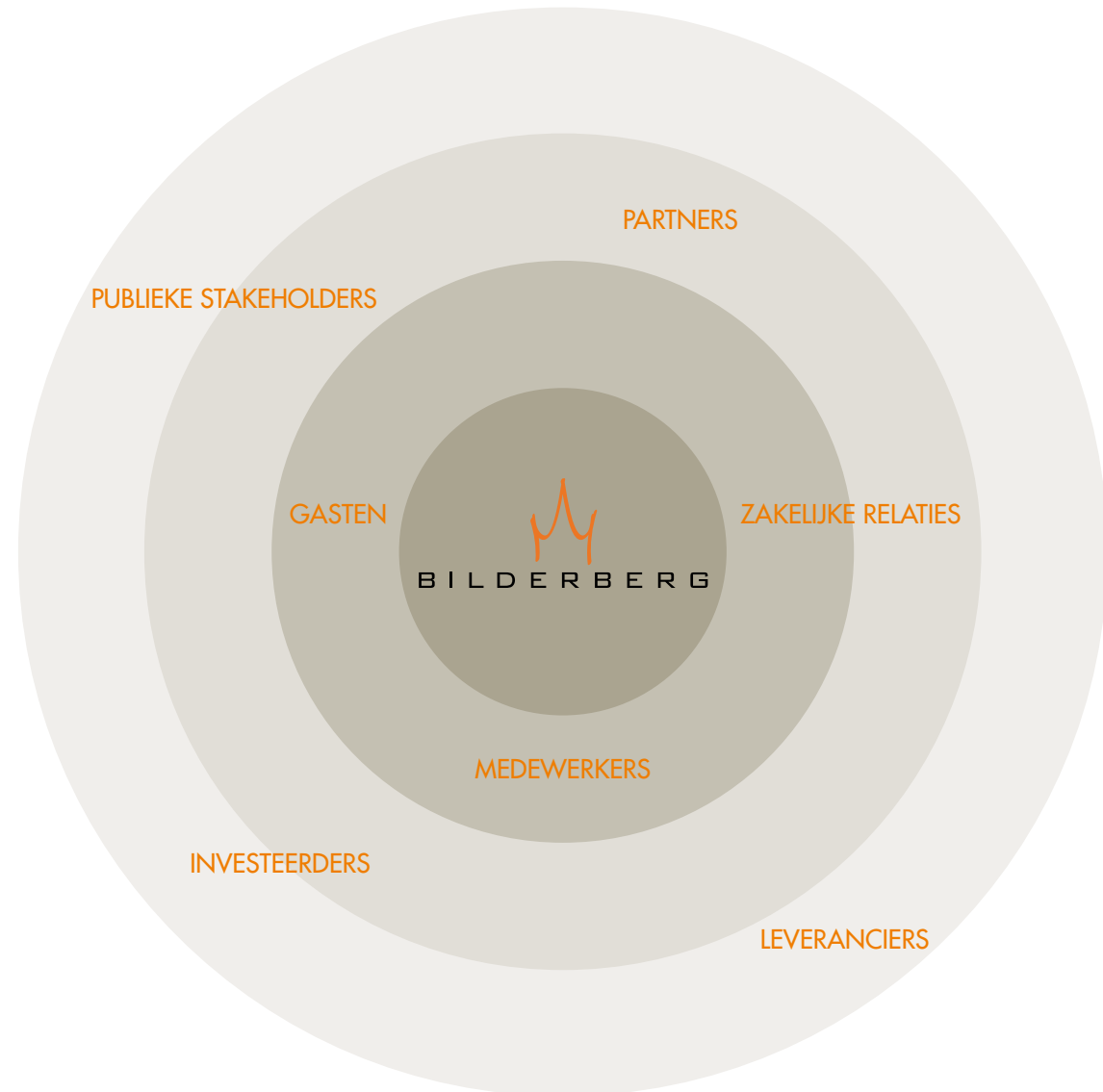
"We creëren herinneringen die het waard zijn om te delen en die toekomstige generaties opnieuw kunnen beleven"

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 gasten en zakelijke relaties zijn dit bijvoorbeeld leveranciers, omwonenden, investeerders en natuurlijk onze medewerkers. Om een duurzame strategie te ontwikkelen, is het belangrijk om rekening te houden met de impact van die strategie op alle partijen:

- **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.
- **Medewerkers:** Onze medewerkers, bij ons in dienst via een vaste of tijdelijke arbeidsovereenkomst of via een loopbaantraject, stage of uitzendcontract.



MATERIALITEITSMATRIX (2021)

Duurzaamheid is een breed begrip. Om keuzes te maken in onze aandacht en ambities, hebben wij 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 dichtgedrukte / gemarkeerde onderwerpen in de grafiek (p. 12) vormen de basis van onze duurzame strategie. We zien CO₂-emissies ook als een zeer materieel thema. De klimaatconferentie van de Verenigde Naties in 2021 in Glasgow heeft aangetoond dat ambitieuzere doelstellingen nodig zijn om klimaatopwarming verder te verminderen. Als Bilderberg onderschrijven we dit. Voor ieder onderwerp geldt dat er een ambitie is geformuleerd en dat we meetbare doelstellingen voor de komende 2 tot 5 jaar hebben opgesteld.

Onze doelstellingen hebben wij 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, die onder andere gaan over armoedebestrijding, verantwoorde productie, klimaatactie en gendergelijkheid, gelden als de nieuwe mondiale duurzame ontwikkelingsagenda voor 2030.

SDG	TOEGEPAST
	<p>Schoon water en sanitair</p> <p>Bilderberg zet zich in om waterverspilling tegen te gaan. Bijvoorbeeld door gasten en medewerkers aan te moedigen bewust om te gaan met water. 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>Waardig werk en economische groei</p> <p>Bilderberg heeft als doel om de werkomstandigheden in onze toeleveringsketen te verbeteren. Daarbij beginnen wij met de leveranciers van koffie en thee. De prijs die wij betalen moet in de levensonderhoud van de boeren voorzien, en bijdragen aan herstel van lokale ecosystemen.</p>
	<p>Verantwoorde consumptie en productie</p> <p>Bilderberg wil bijdragen aan de doelstelling om in 2030 50% minder voedsel te verspillen. Daarnaast kiezen we zoveel mogelijk voor duurzame productie, groente uit het seizoen en van Hollandse bodem. Het afvalbeleid is gericht op het verminderen en recyclen van afval.</p>
	<p>Klimaatactie</p> <p>Bilderberg maakt bewuste keuzes om de uitstoot van CO₂ te verminderen. Zo kijken we waar huidige installaties zuiniger gebruikt kunnen worden en wordt bij vervanging gekozen voor duurzame alternatieven.</p>
	<p>Leven in het water</p> <p>Bilderberg zorgt ervoor dat bedreigde vissen niet meer worden ingekocht. We volgen daarbij de viswijzer van de Good Fish Foundation en weren de vis op de rode lijst.</p>



ONZE DOELSTELLINGEN

ONZE GASTEN

1. ETEN EN DRINKEN

Voedselverspilling per gast reduceren met 20% t.o.v. 2021	2023
Inkoop bedreigde (rode) vis verbannen	2022
Min. 4 plantaardige gerechten op het menu	2022
50% van groente van Hollandse bodem	2023
50% van groente komt uit het seizoen	2023
Koffie en thee wordt direct en ethisch ingekocht	2023

2. DUURZAAM BEWUSTZIJN BIJ GASTEN

Iedere 2 jaar rapportage duurzaamheid publiceren	2024
Uniforme communicatiestructuur om gasten te informeren	2022
Green Key Gold certificering wordt uitgedragen in de hotels	2022
Iedere medewerker wordt getraind in duurzaamheid	2023

ONZE PLANEET

3. AFVAL EN RECYCLING

Gasten kunnen afval scheiden in openbare ruimtes	2022
Plastic afval (kg) met 20% verminderd t.o.v. 2019	2024
80% van ingekochte plastic verpakkingen is recyclebaar	2025
Gestort afval is gereduceerd met 30% t.o.v. 2019	2030

4. VERANTWOORD INKOPEN

Inkoopbeleid is aangescherpt o.b.v. duurzaamheidsdoelstellingen	2022
Alle leveranciers ondertekenen duurzaamheidsverklaring	2023

5. CO₂-EMISSIONS

Volledige uitstoot CO ₂ -emissies is inzichtelijk volgens SBTi	2022
CO ₂ -emissie is verminderd met 25% t.o.v. 2019	2023
20% van energie verbruikende installaties is vervangen	2026

6. WATERVERBRUIK

Inzicht in waterverbruik door real time meting	2022
Plan van aanpak uitgevoerd voor bewustwording medewerkers	2022
Waterverbruik is gereduceerd met 20% t.o.v. 2019	2024

ONZE MENSEN

7. GOED WERKGEVERSCHAP

Plan van aanpak opstellen op basis van Medewerkersbetrokkenheidonderzoek	2022
Verzuimpercentage maximaal 5,8%	2022
Opstellen van een duurzaam inzetbaarheidsbeleid	2023
Jaarlijks preventiemedewerkers en vertrouwenspersonen trainen	2022
Risico-Inventarisatie en Evaluaties (RI&E's) updaten	2022
Medewerkers jaarlijks trainen in het omgaan met ongewenst gedrag en agressie vanaf 2022	2023
Turnover percentage maximaal 48%	2022

8. GEMEENSCHAPSONTWIKKELING

Jaarlijks 2 sociale projecten steunen als hotelgroep	2022
1% van personeelsbestand medewerkers met afstand tot de arbeidsmarkt	2023



ONZE GASTEN



1. ETEN EN DRINKEN

Van een goede kop koffie tijdens een zakelijke ontmoeting tot een culinair vijfgangendiner tijdens een weekendje weg; vrijwel iedere gast van onze hotels zal iets eten of drinken. Eten en drinken is dan ook een onderwerp dat ons na aan het hart ligt en waarmee we als hotelketen hét verschil kunnen maken.

Sinds 2019 is voedselverspilling een belangrijk thema bij Bilderberg. Eén derde van het wereldwijd geproduceerde voedsel wordt verspild. In Nederland wordt jaarlijks 2 miljard kilo voedsel weggegooid ^[1]. Daarvan komt 14% voor rekening van de horeca, blijkt uit onderzoek uitgevoerd door de Rabobank. Wij willen ons aandeel hierin reduceren en in 2030 50% minder voedsel per gast verspillen dan in 2021.

"Eten en drinken is het onderwerp waarmee we als hotelgroep het verschil kunnen maken"

Malou van der Burgt,
Manager
duurzaamheid Bilderberg



AMBITIE

We serveren heerlijk eten op basis van een duurzaam aanbod en een eerlijke prijs voor de makers. We zetten producten van Hollandse bodem op de kaart en koken met producten van het seizoen. Door slim in te kopen en producten efficiënt te verwerken, verminderen we de voedselverspilling in onze hotels.

KPI'S

- Voedselverspilling per gast in 2023 met 20% reduceren t.o.v. 2021.
- Commitment om de Sustainable Development Goal 12.3 te behalen: 50% minder voedselverspilling per gast in 2030.
- Vanaf 2022 is bedreigde vis verbannen.
- Vanaf 2022 staan minimaal 4 plantaardige gerechten op het menu.
- 50% van de ingekochte groente komt in 2024 van Hollandse bodem.
- Voor 50% van de groente wordt in 2023 een seizoenwijzer nagevolgd.
- In 2023 wordt koffie en thee direct en ethisch ingekocht.



PLAN VAN AANPAK

Voedselverspilling

Om grip op onze voedselverspilling te krijgen wordt sinds september 2021 in vier hotels het weggegooid voedsel 24/7 gemonitord door de geautomatiseerde food waste monitor van Orbisk. Vanuit een nulmeting stellen we tussentijdse doelen vast en wordt een plan van actie opgezet. In 2022 volgt een éénmeting en zal de reductie van voedselverspilling zichtbaar worden. Zodra de éénmeting is afgerond worden de vier monitors verplaatst naar vier volgende hotels. Op die manier hebben al onze hotels aan het eind van 2022 een registratieperiode gehad.

Plantaardig

De keukenteams zorgen voor meerdere plantaardige keuzes voor de lunch, snacks en het diner, zoals dit nu ook al grotendeels het geval is. Om een percentage van plantaardige voeding te meten, hebben we de hulp van onze groothandels nodig. De systemen zijn hier nu nog niet op ingericht. We gaan met hen in gesprek om ervoor te zorgen dat dit in 2025 is uitgewerkt. Zodra zij de verhouding tussen dierlijk en plantaardig weergeven, gaan wij hier direct op sturen.

Lokaal

De eerste stap voor het inkopen van lokale producten is het inzichtelijk maken van de herkomst van groente. Dat doen we in samenwerking met onze huidige leveranciers. We vragen de leveranciers om het land van herkomst te vermelden, zodat we dit in een maandelijks rapport kunnen vastleggen. Bij de selectie van nieuwe leveranciers is dit een vereiste. We streven ernaar om dit in 2024 inzichtelijk te hebben.

Seizoen

Groente kopen we bij voorkeur in het seizoen. Niet alleen vanwege de betere smaak, ook omdat telers bij seizoensgroenten minder energie gebruiken. We volgen hierbij de seizoenswijzer. Bij het selecteren van een lokale leverancier is één van de voorwaarden dat alleen groenten van het seizoen worden geteeld. Daarnaast maken we een selectie van groenten die we het hele jaar door gebruiken.

Transparantie

We willen onze keten inzichtelijk maken. Daarbij willen we niet alleen weten of producten verantwoord worden geproduceerd, maar ook wat er in de tussenliggende stappen gebeurt. Daarmee willen we uitbuiting van mensen voorkomen, zorgen dat in ieders levensonderhoud wordt voorzien en weten of er ruimte is om in kwaliteit en verbetering van ecosystemen te investeren. We willen met name de positie van de boeren versterken, bijvoorbeeld door direct met hen samen te werken, zodat de voedselketen korter wordt en het voedselsysteem duurzamer. We beginnen met een evaluatie van onze koffie en thee. Ons uitgangspunt is dat we in 2023 samenwerken met een partij die zich voor deze specifieke doelen inzet. We zoeken naar een langdurige en duurzame samenwerking, waarbij de leverancier zorgt dat de prijs wordt overeengekomen met de boer zelf.

Vis

We vragen onze visleverancier om de rood gemarkeerde vis - volgens de viswijzer van de Good Fish Foundation - niet langer beschikbaar te maken voor onze chefs, zodat deze vis van onze menukaarten verdwijnt. De Viswijzer

gebruikt een stoplichtensysteem met de kleuren groen, oranje en rood. Onder andere de herkomst van de vis en de techniek waarmee de vis wordt gevangen of gekweekt bepaalt welk stempel de vis krijgt. De beoordelingen zijn gebaseerd op wetenschappelijke gegevens van het Wereld Natuur Fonds, Fishbase en de Food and Agriculture Organization van de Verenigde Naties.

VERANTWOORDING 2019 – 2021

- ✓ *Wij hanteren duurzame inkoopregels voor onder andere koffie en vis*
- ✓ *97% van ingekochte vis goedgekeurd volgens Viswijzer*
- ✓ *Minimaal vier vegetarische gerechten bij het diner*
- ✓ *Nederlandse producten bij het ontbijtbuffet*

Duurzame inkoop

Omdat we in 2019-2021 niet of niet volledig bijhielden hoeveel lokale of seizoensgebonden producten we inkochten, is het niet mogelijk om op deze doelstelling te rapporteren. Wel is sinds de invoering van Bewust Bilderberg aandacht voor duurzame inkoop. Zo kochten we in 2019, 2020 en 2021 onder andere UTZ gecertificeerde koffie. Ook stellen we sinds 2019 gerechten samen die niet alleen vullend maar ook voedend zijn.



Keuken

Elke keuken heeft tijdens het diner minimaal vier vegetarische gerechten beschikbaar en tijdens de lunch twee. Bij het ontbijt zijn minimaal twee plantaardige zuivelproducten aanwezig en op de wijnkaart staat een biologische rode en witte wijn. Verder is het Bilderberg ontbijt verrijkt met verschillende Nederlandse producten, zoals de jams van TLANT. Zij werken samen met lokale boeren voor eerlijke en natuurlijke ingrediënten. Samen met Zorgboerderij De Laarhoeve bieden ze een fijne werkplek voor mensen met en zonder een verstandelijke beperking. Ons lunchbuffet is sinds 2009 ingericht volgens het 6-s model: salade, sandwich, sap, soep, sweets en snacks. In ieder hotel worden hierbij groenterijke salades en/of warme groenten aangeboden.

Visinkoop

In 2019-2021 had ongeveer drie procent van onze ingekochte vis een rood label.

MINDER IS MEER: DE STRIJD TEGEN VOEDSELVERSPILLING

Sinds 2019 besteden we bij Bilderberg consistent aandacht aan voedselverspilling. Dat begon met onze deelname aan de Food Waste Challenge, waarbij we de verspilling van het ontbijt handmatig hebben gemeten. Na de winst van de Challenge is het tegengaan van voedselverspilling een belangrijke speerpunt gebleven. In 2021 zijn we begonnen met het geautomatiseerd meten van voedselverspilling, met behulp van de Orbisk-monitor.

"Met goed eten en drinken verbinden we onze gasten en medewerkers, het is te belangrijk om te verspillen"

Winnaar Food Waste Challenge

In 2019 nam Event Hotels met een aantal Bilderberg hotels deel aan de Food Waste Challenge, een initiatief van onder andere Stichting Samen Tegen Voedselverspilling, de Rabobank en WasteWatchers. Het doel van de challenge was om horecaondernemers uit te dagen minder voedsel te verspillen. Ons doel was om de voedselverspilling bij het ontbijt te verminderen. We begonnen met een handmatige meting om inzicht te krijgen in hoeveel eetbaar voedsel bij het ontbijt werd weggegooid. Dit zorgde voor bewustzijn bij het keukenteam én voor praktische oplossingen. Vanaf dat moment kochten we slimmer in, vulden we de buffetten minder rijk aan en plaatsten we bordjes om gasten bewust te maken van verspilling. Met dit alles slaagden we erin om de verspilling bij het ontbijt bij al onze hotels met gemiddeld 39% te reduceren. Bilderberg Hotel De Bovenste Molen boekte met een daling van maar liefst 76% de grootste vooruitgang van alle deelnemende horecaondernemers en won daarmee de nationale Food Waste Challenge.

Voedseloverschot

Begin 2019 zijn we met verschillende Bilderberg hotels een samenwerking gestart met Too Good To Go. Deze organisatie helpt ons een goede bestemming te vinden voor de zoete broodjes die na het ontbijt overblijven. Buurtbewoners kunnen via de Too Good To Go-app een 'magic box' gevuld met de overgebleven broodjes in het hotel komen ophalen. Door COVID-19 hebben we de samenwerking moeten pauzeren. Behalve met Too Good to Go werken we ook samen met de Voedselbank. Hierbij gaat het om incidentele voedseloverschotten die zich bijvoorbeeld voordoen bij een plotselinge sluiting van hotels, zoals tijdens de coronapandemie. In deze gevallen hebben we de voorraad voedsel die we niet langer konden bewaren aan de Voedselbank gedoneerd.

Daarnaast helpen we actief voedselverspilling te voorkomen op andere plekken in de voedselketen, zoals bij de producenten. Zo startte Hotel De Bilderberg in 2020 bijvoorbeeld een samenwerking met Instock. Deze partij biedt overschotten en imperfecte producten - van groenten tot vis - aan bij onze chefs, zodat er een overheerlijke maaltijd van kan worden bereid.

[Lees ook: Food waste challenge: Bilderberg gaat de strijd aan met voedselverspilling](#)

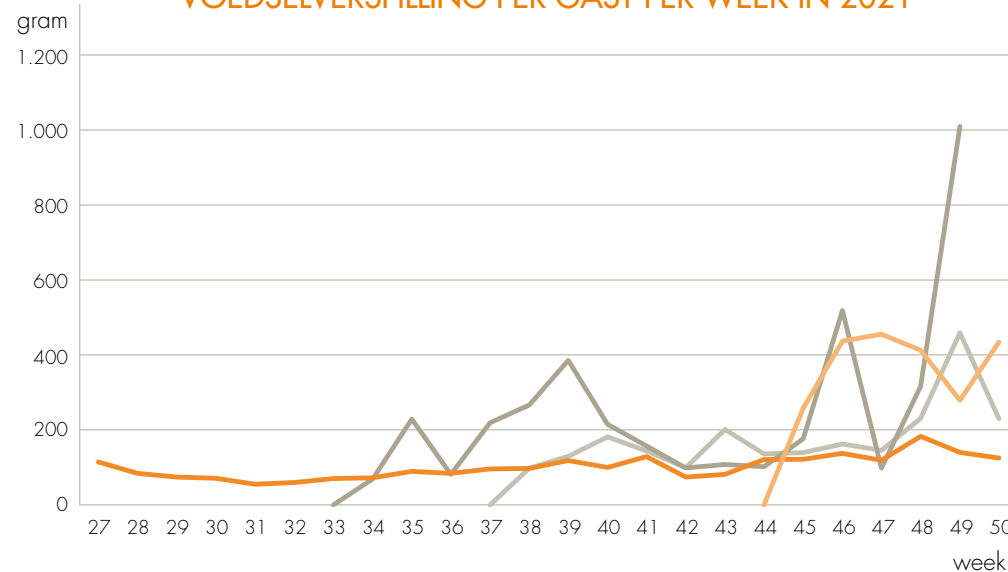
Orbisk

In 2021 hebben vier van onze hotels een nulmeting gedaan met de monitor van Orbisk. De hotels zijn op verschillende momenten gestart. Conclusies die we tot op heden kunnen trekken:

- De gemiddelde verspilling per couvert varieert van 101 tot 379 gram per gast.
- De hoge piek in Hotel De Bilderberg en Kasteel Vaalsbroek eind november is te verklaren door de aangescherpte maatregelen, waardoor veel voorspelde business is geannuleerd.
- Bij een laag aantal gasten wordt relatief het meest weggegooid.
- Het verspilde voedsel wordt gewogen door de weegschaal onder de afvalbak en gefotografeerd via een scanner die boven de bak hangt. We hebben geconstateerd dat de medewerkers nog niet al het afval scannen. De eerste doelstelling voor kwartaal twee in 2022 is dan ook om 80% gescand afval te halen, zodat we de meest weggegooid voedselcategorieën in kaart kunnen brengen.



VOEDSELVERSPILLING PER GAST PER WEEK IN 2021



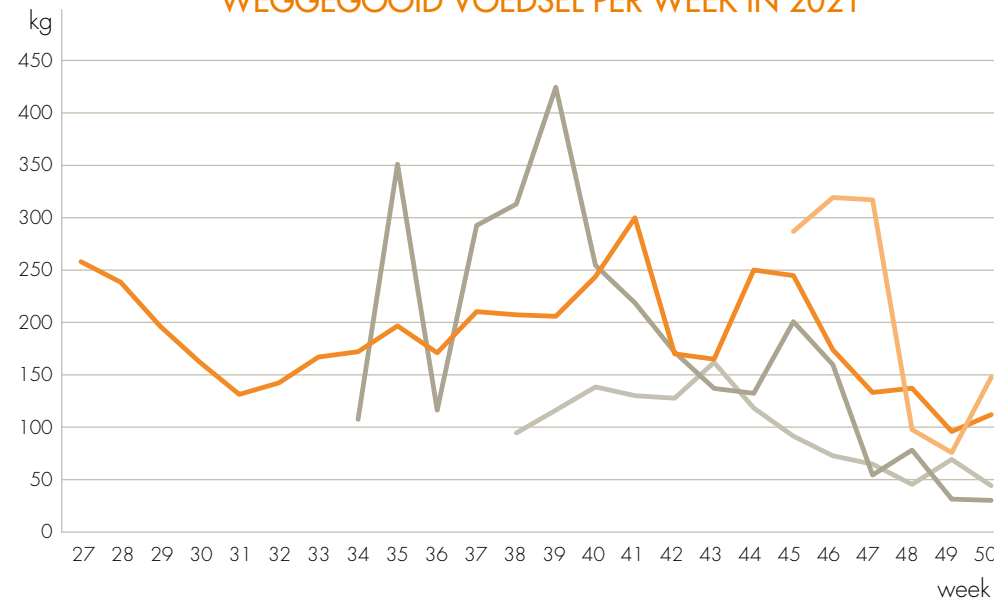
Kasteel Vaalsbroek
(gemiddeld 253 gram)

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
Hotel De Bilderberg

Château Holtmühle
Kasteel Vaalsbroek

[CASE]

HEERLIJK & EERLIJK: GOED ETEN TIJDENS ZAKELIJKE BIJEENKOMSTEN

Wanneer je in één van onze hotels verblijft voor een training, congres of meeting, dan zijn de eetmomenten heel belangrijk. Dit zijn namelijk de momenten om nieuwe energie op te doen én de verbinding met elkaar op te zoeken. In 2020 introduceerden we bij Bilderberg Heerlijk & Eerlijk: een nieuw eetconcept voor de zakelijke markt.

WISSELEND MENU

Iedere zes weken stellen onze chefs een nieuw, seizoensgebonden weekmenu op, met iedere weekdag een eigen thema: verbinding met elkaar, verbinding met de omgeving, verbinding met de wereld en verbinding met jezelf. In plaats van dagelijks een lunchbuffet te bieden, serveren we nu drie dagen een shared lunch of uitgeserveerd gerecht. Hierdoor kunnen we voedselverspilling verminderen. Verder koken we zoveel mogelijk van kop tot staart, verwerken we overgebleven groente en kiezen we voor vis dat beschouwd wordt als bijvangst. Ook zorgen we iedere week voor een goed gerecht met groenten in de hoofdrol, waarbij gasten optioneel kunnen kiezen voor vlees of vis ernaast.

LOKALE LEVERANCIERS

Binnen Heerlijk & Eerlijk werken we samen met nieuwe leveranciers die lokaal en duurzaam produceren. Voor een samenwerking gaat Bilderberg bij de leverancier langs om met eigen ogen te zien hoe het product tot stand komt. Zoals bij Boer Johan van Oranjehoen. Zijn kippen krijgen veel licht en leefruimte en worden gevoerd met de reststromen en kruiden van zijn akkers. Omdat de kippen veel rode biet en wortelen krijgen, hebben ze een mooie oranje kleur en door de rijke voeding zijn antibiotica overbodig.

LEKKER LUPINE

De lupineboon, ook wel de gouden boon genoemd, verdient een speciale vermelding op het menu van Heerlijk & Eerlijk. Het initiatief 'Lekker Lupine' liet ons kennismaken met boer André Jurrius, die de boon in Nederland teelt. De boon zit boordevol goede eiwitten, mineralen en vitamines en vezels. Door de prachtige bloei komen veel hommels en andere insecten op de plant af, wat goed is voor de biodiversiteit. Chefkok Ugi Stanišič maakt onder andere warme paprika gevuld met chili sin carne van lupine, met een salsa en zeewier chips. Hotel De Bilderberg is het eerste hotel waar in 2020 Heerlijk & Eerlijk is geïntroduceerd, inmiddels wordt het uitgerold naar de andere Bilderberg hotels.



Lokaal

zo veel mogelijk
geproduceerd
op Hollandse bodem



Seizoensgebonden

verse producten
van het seizoen



Duurzaam

zo min mogelijk
verspilling en
van duurzame herkomst



Transparant

helderheid over
het product, de maker
en de bereiding



2. DUURZAAM BEWUSTZIEN BIJ GASTEN

Bij Bilderberg vinden we het belangrijk dat onze gasten van een schone en gezonde leefomgeving kunnen genieten. We nemen onze verantwoordelijkheid voor de dagelijkse keuzes die we daarin maken. Daarnaast voelen we de verantwoordelijkheid om bewustwording bij onze gasten 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 om zelf ook duurzame keuzes te maken; keuzes die aan hun eigen welzijn en aan de omgeving bijdragen.

"Vertellen wat we doen en gasten stimuleren om tijdens het verblijf duurzame keuzes te maken: dat is ons doel"

Anne-Marie van der Weerden,
Green Key Coördinator Bilderberg en
Service Manager Hotel De Bovenste
Molen en Château Holtmühle



AMBITIE

Het is onze ambitie dat alles tijdens het verblijf van een gast in ons hotel bijdraagt aan het welzijn van de gast zelf en de omgeving. We zijn transparant over wat we wel en niet doen op het gebied van duurzaamheid en stimuleren onze gast om tijdens zijn verblijf bewuste keuzes te maken.

KPI'S

- Iedere twee jaar rapporteren we onze activiteiten en resultaten in een duurzaamheidsrapportage, gepubliceerd op Bilderberg.nl.
- Vanaf 2022 gebruiken we een uniforme communicatiestructuur met betrekking tot duurzaam ondernemen om gasten te informeren en te activeren.
- Onze Green Key Gold certificering wordt uitgedragen in de hotels door middel van in house communicatie en op Bilderberg.nl.
- Iedere medewerker krijgt vanaf 2023 een training over duurzaam ondernemen bij Bilderberg met als doel het duurzame bewustzijn bij medewerkers en gasten te vergroten.



PLAN VAN AANPAK

Actief betrekken

Onze doelstellingen op het gebied van duurzaamheid kunnen we alleen met hulp van onze gasten behalen. Daarom betrekken we onze gast actief bij onze duurzaamheidsactiviteiten. We gebruiken hierbij een uniforme communicatiestructuur, zodat ons verhaal - zowel in de hotels als in onze communicatie - op een heldere, consistente manier wordt verteld.

Afval scheiden

Een goed voorbeeld is onze doelstelling om afval goed te scheiden zodat reststromen gerecycled kunnen worden. Belangrijk is dat we dit voor onze gast zo makkelijk mogelijk maken. Via heldere communicatie en instructies stimuleren we onze gasten om dit samen met ons zo zorgvuldig mogelijk te doen.

Gastenquête

Het is belangrijk om een goede balans tussen kwaliteit en duurzaamheid te vinden. Dat doen we door onze gasten op een toegankelijke manier te bevragen over hun ervaringen. Na ieder verblijf ontvangen gasten via de mail een gastenquête met de vraag wat er beter kan.

Actieplan

In 2023 gaan we een actieplan opstellen en implementeren met als doel duurzaamheid bij iedere medewerker onder de aandacht te brengen zodat er dagelijks bewustzijn wordt gecreëerd. Daarmee bedoelen we bewustzijn in de acties die Bilderberg als organisatie onderneemt en bewustzijn in wat ieder voor zich kan bijdragen.

VERANTWOORDING 2019 – 2021

- ✓ *Green Key Gold behaald door alle hotels*
- ✓ *Samenwerking The Good Roll voor duurzaam toiletpapier*
- ✓ *Wall of Fame eert lokale en duurzame producenten*

Transparantie

Duurzaam bewustzijn creëren bij gasten vraagt om transparantie: vertellen wat je doet en waarom. Eén van de initiatieven die direct zichtbaar zijn voor onze gast is het milieukeurmerk Green Key (Gold). Het keurmerk is permanent zichtbaar bij de ingang van het hotel en in de gastinformatie wordt duidelijk uitgelegd wat het inhoudt.

Stimuleren

We kijken continu hoe we de gast kunnen stimuleren om aan onze doelstellingen op het gebied van duurzaamheid bij te dragen. Tijdens onze deelname aan de Food Waste Challenge stimuleerden we gasten, door middel van een bordje bij het buffet en op de tafels, om vaker kleine porties op te scheppen in plaats van eenmalig een grote hoeveelheid. Deze boodschap heeft significant bijgedragen aan de reductie van voedselverspilling bij het ontbijt.

Bij het zakelijke concept Heerlijk & Eerlijk laten we zien wie de leveranciers zijn die ons van duurzame en smaakvolle producten voorzien. De eerste *wall of fame* met de makers van ons voedsel hangt in Hotel De Bilderberg. De posters laten het gezicht of product zien van de makers, het bijbehorende verhaal lees je via de QR-code.

The Good Roll

Sinds september 2019 gebruiken wij toiletpapier van The Good Roll op alle toiletten van de hotelkamers. Dit is toiletpapier van gerecycled papier, waardoor bomen niet onnodig gekapt hoeven te worden. Verpakking en verzending gebeurt door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Vijftig procent van de winst gaat naar de bouw van toiletten in ontwikkelingslanden, met name in Afrika.

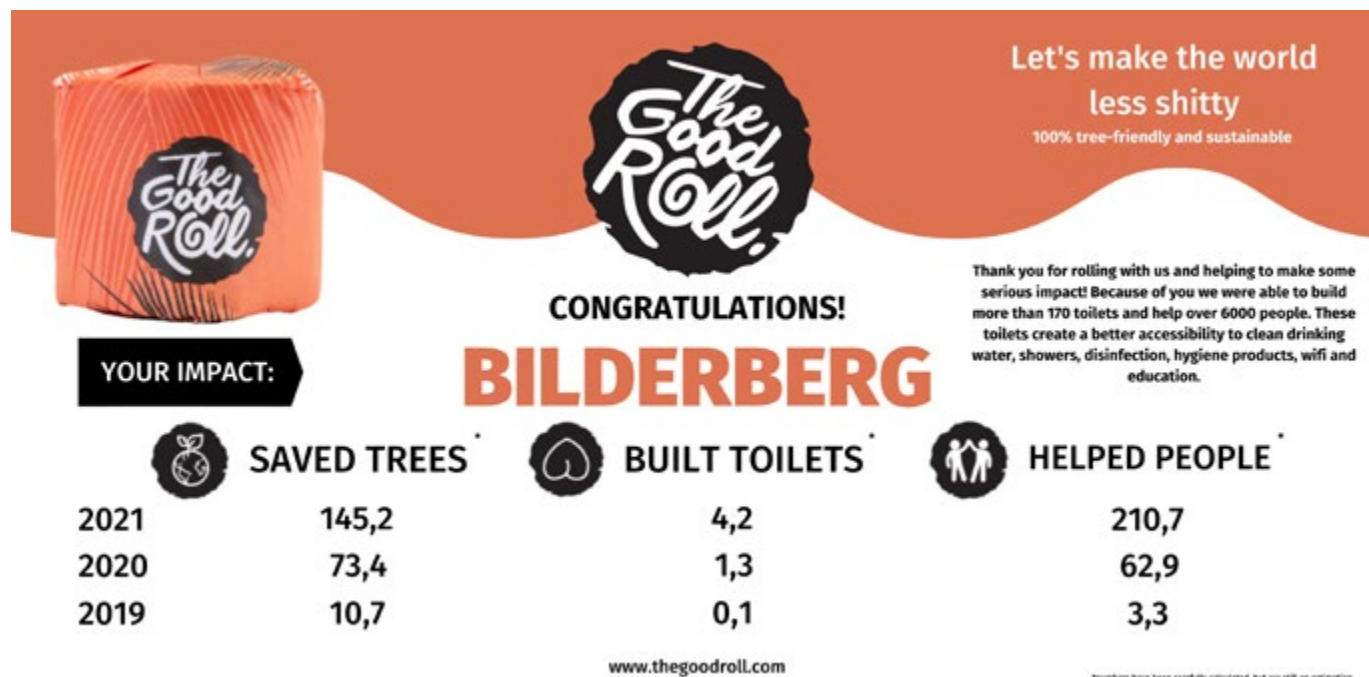
The Good Roll Foundation helpt bij de voorziening van schoon drinkwater en sanitairgebouwen. Dankzij de samenwerking tussen Bilderberg en The Good Roll zijn er - in de periode september 2019 tot en met december 2021 - 229 bomen bespaard, konden er zes toiletten in Afrika worden gebouwd en werden 277 levens verbeterd.

Green Key Certificering

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. Alle Bilderberg hotels dragen het gouden certificaat. Om het Green Key certificaat te behalen, dient een accommodatie aan een aantal verplichte normen te voldoen op de volgende twaalf gebieden:

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](#) en wordt 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](#). Zij keuren op locatie en keuren de documentatie in het online Green Key systeem waartoe elke deelnemer toegang heeft.





ONZE
PLANEET

3. AFVAL EN RECYCLING

Onze hotels produceerden in 2019 gezamenlijk 1 miljoen kilo aan afval per jaar. Dat is ongeveer het gewicht van 25.000 opgemaakte hotelbedden. Het afval wordt zoveel mogelijk gescheiden aangeleverd bij onze partner in afvalmanagement. Maar dat lukt niet altijd, bijvoorbeeld als het afval uit verschillende materialen bestaat of als de sortering niet juist is verlopen.

In 2021 zijn we in gesprek gegaan met onze afvalverwerker, onze leveranciers en het KIDV (Kennisinstituut Duurzaam Verpakken). Wij zien steeds meer: afval is geen afval maar een basis voor een vervolgproduct. Onze ambitie is om het gebruik van plastic te verminderen en de sortering ten behoeve van recycling te verbeteren. Door de komende jaren intensief met onze leveranciers en afvalpartners samen te werken, willen we inzichtelijk krijgen welke materialen we inkopen en hoe we materialen het beste kunnen scheiden. Ons doel is dat de afvalverwerker uiteindelijk 90% van de afvalstromen kan verwaarden.



AMBITIE

Het is onze ambitie om afval te zien als basis voor een vervolgproduct. Bilderberg wil de hoeveelheid afval vanuit verpakkingen reduceren en recycling stimuleren.

KPI'S

- In 2022 kunnen gasten in alle openbare ruimtes afval scheiden.
- In 2024 is het plastic afval (kg) met 20% verminderd t.o.v. 2019.
- In 2025 is 80% van de ingekochte plastic verpakkingen recyclebaar.
- In 2030 is gestort afval met 30% gereduceerd t.o.v. 2019.

"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"

Edwin van Velsen,
General Manager
Hotel De Bovenste Molen
en Château Holzmühle





PLAN VAN AANPAK

Plastic

Om het gebruik van plastic in 2024 met 20% te verminderen, beginnen we in 2022 met een nulmeting van het plasticverbruik van de gast tijdens een verblijf. Denk bijvoorbeeld aan flesjes shampoo en wegwerppakkingen. Deze nulmeting stelt ons in staat om te zien waar we het gebruik van plastic kunnen verminderen en hoe we het beter kunnen scheiden voor recycling.

Pefflessen

We scheiden pefflessen van het normale plastic. Ook gaan we in gesprek met onze leveranciers om het gebruik van plastic als verpakkingsmateriaal te verminderen of te vervangen voor gerecycled plastic (mits in overeenstemming met de hygiëne wetgeving).

Wegwerpproducten

Vanuit wetgeving zijn plastic wegwerpproducten zoals rietjes en roerstaafjes vanaf 2021 verboden. In aanvulling hierop vervangen we alle single use plastics (SUP) die we onze gasten aanbieden door duurzame alternatieven, zodra deze beschikbaar zijn bij onze leveranciers. In 2024 richten we ons ook op de SUP producten die door onze medewerkers worden verbruikt, zoals voedselverpakkingen en textielbescherming. Het resultaat gaan we meten door de SUP artikelen die we in 2019 gebruikten in de inkoopstatistieken te isoleren en met de inkoopstatistieken van de komende jaren te vergelijken.

Doelstelling gewichtsreductie

Door het gebruik van plastic te verminderen en de circulaire benaderingswijze door te zetten, willen we de doelstelling '20% gewichtsreductie in plastic in 2024' behalen.

"Sinds 2020 gebruiken we stap voor stap alternatieve producten voor plastic wegwerpproducten."

Afvalrecycling

In 2022 willen we inzicht krijgen in de afvalstromen die er momenteel zijn en in manieren waarop we onze afvalscheiding kunnen verbeteren. Met als doel dat de afvalverwerker tussen de 90 en 100% van de afvalstroom kan verwaarden.

Openbare ruimtes

In 2022 kan de gast in de openbare ruimtes zijn afval scheiden. We plaatsen in alle openbare ruimtes afvalbakken die het eenvoudig maken om afval te sorteren. In een eerste pilot testen we welke vorm van communicatie het beste werkt om zoveel mogelijk gasten te stimuleren dit daadwerkelijk te doen. In 2025 zullen we op deze manier ook het afval in de vergader ruimtes en vervolgens op de kamers gaan scheiden.

VERANTWOORDING 2019 - 2021

Wegwerpproducten (SUP)

Vanaf 2021 is het bij wet verboden om plastic wegwerpproducten, zoals rietjes en roerstaafjes, te gebruiken. Sinds 2020 gebruiken we stap voor stap alternatieve producten, zoals houten roerstaafjes. Daarnaast is in juli 2021 wetgeving ingegaan over het recyclen van kleine pefflessen. Sinds juli 2021 worden deze flesjes in alle hotels apart ingezameld en opgehaald door de groothandel, zodat ze gerecycled kunnen worden.





Urgentie Analyse

In 2021 is onder onze medewerkers een Urgentie Analyse gehouden met betrekking tot verpakkingen. 87 collega's, zowel vanuit de hotels als vanuit het hoofdkantoor, hebben aan de enquête deelgenomen. De onderwerpen die voor de toekomst van Bilderberg het meest belangrijk werden bevonden zijn:

- Minder afval (45,98%) (40 responses)
 - Minder plastic (50,57%) (44 responses)
- * meerdere antwoorden waren mogelijk

AFVALSTROMEN

VERWERKING TOT :

	2019	2020	2021	 Grondstof	 Groene energie	 Grijze energie	 Residu
Afval/Restafval	49,11%	51,86%	59,97%	5%	36%	37%	22%
Swill Voedselresten	21,46%	18,09%	11,47%	82%	18%	0%	0%
Glas	15,82%	16,91%	6,03%	98%	0%	2%	0%
Papier/Karton	10,38%	10,43%	7,91%	79%	8%	8%	5%
Vertrouwelijk papier	1,25%	1,08%	0,86%	84%	16%	0%	0%
Folie/Kunststoffen	0,60%	0,51%	0,66%	86%	2%	12%	0%
Matrassen	-	0,50%	0%	95%	0%	0%	5%
Vetten	0,51%	0,49%	11,18%	90%	4%	4%	4%
Elektr(on)isch afval	-	0,07%	0,25%	76%	22%	2%	0%
Gevaarlijk afval	0,11%	0,04%	0,87%	80%	0%	0%	20%
Bouw & Sloop	-	0,02%	0,26%	50%	33%	16%	1%
Overig	0,76%	0,00%	0,53%				

4. VERANTWOORD INKOPEN

Een bewust inkoopbeleid is misschien wel dé voorwaarde om de doelstellingen en ambities te behalen die Bilderberg op het gebied van duurzaam ondernemen heeft. Bewustheid vormt de kaders voor onze keuzes in de dagelijkse inkoop van goederen, diensten en producten. Hierbij zoeken we naar een overeenkomst die gunstig is voor onze planeet, onze leveranciers, onze gasten en voor onszelf.

In onze inkoopvoorwaarden hanteren we al lange tijd een duurzaamheidsbeleid. We vragen onze leveranciers bijvoorbeeld om een duurzaamheidsverklaring te ondertekenen. Door ons inkoopbeleid aan te scherpen, op basis van de ambities in dit rapport, kunnen we hier nog een stap verder in gaan.



AMBITIE

Onze duurzame inkoopvoorwaarden vormen een kader voor de doelstellingen en ambities die Bilderberg zich op het gebied van duurzaamheid heeft gesteld. Op basis van deze voorwaarden willen we ons inkoopbeleid aanscherpen. We willen nieuwe afspraken met onze leveranciers maken om tot een inkoopbeleid te komen die goed is voor onze planeet, onze leveranciers, onze gasten en onszelf.

KPI'S

- Het inkoopbeleid aanscherpen op basis van duurzaamheidsdoelstellingen, in 2022.
- Een hernieuwde duurzaamheidsverklaring is door alle leveranciers ondertekend, in 2023.

"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
Hotel De Bilderberg



PLAN VAN AANPAK

Inkoopbeleid

In 2022 integreert Bilderberg de nieuwe ambities en doelstellingen op het gebied van duurzaamheid in het bestaande inkoopbeleid. Hiertoe worden de huidige procedures en voorwaarden per productgroep herzien, zodat we specifieke en relevante voorwaarden kunnen stellen. De inkoopprocedures worden per hotel vastgelegd, zodat er duidelijkheid is over wat wel en niet ingekocht kan worden. In de inkoophandleiding worden de verantwoordelijke medewerkers in duurzaamheid opgenomen. Het hernieuwde inkoopbeleid vormt vanaf eind 2022 de basis voor iedere samenwerking met leveranciers.

"In 2022 willen we een Koffie serveren die direct en ethisch gesourced is"

Transparantierapport

We vragen jaarlijks een transparantierapport van onze belangrijkste leveranciers. Hieruit zal blijken welk aandeel van de prijs daadwerkelijk naar de maker gaat. Mocht dit niet volgens afspraak zijn, zal Bilderberg het gesprek met de leverancier aangaan en, indien nodig, overwegen het product niet meer te kopen.

Fair Pricing

Bilderberg heeft de wens om ten opzichte van 2019 elk jaar het aantal fair pricing en ethische producten te verhogen.

Duurzaamheidsverklaring

In 2022 willen we een hernieuwde duurzaamheidsverklaring opstellen waarin de ambities uit dit rapport terugkomen. Wanneer we in contact zijn met nieuwe of huidige leveranciers, zullen we de nieuwe voorwaarden meteen in de besprekingen meenemen. In 2023 vragen we alle huidige leveranciers om de duurzaamheidsverklaring te ondertekenen. Middels regelmatige audits controleren we of de verklaring wordt nageleefd.

Transparantie voedselketen

Voor 2025 willen we de route naar transparantie in de voedselketen hebben onderzocht, waarbij we verder kijken dan certificering. Dat makers van ons eten en drinken een eerlijke prijs verdienen en dat er ethisch wordt gehandeld zien we als belangrijkste voorwaarde voor samenwerking. Bij de keuze voor nieuwe producten zullen we op basis van deze criteria selecteren.

Toelichting op inkoopcriteria

Duurzaamheidscertificeringen lijken een solide manier om te bepalen of een product aan onze duurzaamheidseisen voldoet. We laten onze keuzes echter niet alleen afhangen van het hebben van een duurzaam certificaat. Er bestaan veel certificaten en een deel daarvan is voornamelijk commercieel gestuurd. Daardoor kan een product wel een Fair Trade Label hebben, terwijl er geen fair pricing wordt gehanteerd. Op die manier verdienen de makers nog steeds minder dan het minimum. Voor ons inkoopbeleid betekent dit dat een product geen duurzaam certificaat hoeft te hebben, zolang het maar wel aan de criteria van duurzame en/of verantwoorde productie voldoet. Ook als een product wel een duurzaam certificaat heeft, stellen we kritische vragen. Alle inkoopkeuzes zullen dan ook langs de MVO-verantwoordelijken gaan voordat ze worden goedgekeurd.

Gelijke kansen

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



VERANTWOORDING 2019 - 2021

Inkoopbeleid

Bij het inkoopbeleid is de afgelopen jaren voornamelijk gestuurd op gecertificeerde producten en materialen, rekening houdend met de Green Key richtlijnen. Een voorbeeld is het EU Ecolabel voor de badkamerzeep. Naast gecertificeerde producten geven we de voorkeur aan streekgebonden producten. Deze richtlijn is volledig opgenomen in het Heerlijk & Eerlijk concept.

Verminderen verpakkingsmateriaal

De afgelopen jaren hebben we richtlijnen ontwikkeld om het verpakkingsmateriaal te verminderen. Zo hebben we onder andere de monoverpakkingen bij vleeswaren, kaas, yoghurt en muesli geminimaliseerd. In 2019 hebben we een nieuw ontbijtconcept geïntroduceerd waarbij muesli, yoghurt en jam niet langer individueel worden verpakt.

COVID-19

In 2020 en 2021 hebben we door COVID-19 ons eten en drinken op andere manieren moeten serveren dan we zouden willen. We zijn deze periodes gedwongen geweest om bijvoorbeeld een ontbijt geportioneerd en verpakt op de kamers te serveren, omdat de restaurants gesloten waren. In de periodes dat we een buffet mochten presenteren, hebben we vanuit hygiënisch oogpunt besloten gasten een wegwerphandschoen aan te bieden voor het opscheppen van eten en drinken. Door deze maatregelen hebben we meer verpakkingen gebruikt dan gebruikelijk.

5. CO₂-EMISSIES

Hoewel CO₂-emissie vanuit onze stakeholders niet als belangrijkste thema naar voren kwam in de materialiteitsanalyse, hebben we er toch voor gekozen om deze in onze duurzame strategie op te nemen.

De emissie van CO₂ heeft namelijk op veel factoren invloed. Daarnaast zijn er genoeg stappen die we nog kunnen nemen om onze CO₂-emissie te verminderen, vooral op het gebied van warmteinstallaties en elektrische apparatuur. Een belangrijke stap hiervoor is meer inzicht in verbruik en een berekening in aantal kilogram CO₂.

"De emissie van CO₂ heeft op veel factoren invloed. Met name op het gebied van installaties kunnen wij nog optimaliseren en investeren om onze uitstoot te verminderen"

Harold Lam,
Property Manager
Event Hotels Nederland



AMBITIE

Bilderberg wil de route naar een CO₂ neutraal verblijf uitstippelen. Op de korte termijn zullen we verschillende quick wins uitvoeren om energie te besparen, op de lange termijn zullen we installaties vervangen.

KPI'S

- Uitstoot van CO₂-emissies inzichtelijk volgens Science Based Targets (SBTi) in 2022.
- CO₂-emissie van onze hotels verminderen met 25% in 2023 ten opzichte van 2019.
- 20% Van onze bestaande energieverbruikende installaties vervangen door duurzame, energiezuinige installaties in 2026.

PLAN VAN AANPAK

Inzicht

We willen in 2022 een verdiepingsslag maken in ons inzicht in energieverbruik. Dit doen we mede door een vergelijking op basis van gradendagen toe te voegen, omdat de buitentemperatuur invloed heeft op het energieverbruik van hotel en gasten. Daarnaast voegen we factoren toe als het aantal vergaderruimtes en de gemiddelde vierkante meters van de kamers. Ook wordt het verbruik omgerekend in CO₂-emissies.

Reductie CO₂-emissie

Om de uitstoot van CO₂ te verminderen ligt onze eerste focus op de energiegebruikende installaties in onze hotels. Hier is namelijk de grootste winst te behalen.

Bewustwording

Op de korte termijn zullen medewerkers worden meegenomen in het bewust worden van energiegebruik.

Quick wins

Via de bestaande installaties zijn een aantal quick wins te behalen. Een voorbeeld hiervan is de verlichting in de hotels omzetten naar nachtverlichting waardoor 's nachts minder energie wordt verbruikt. Ook het standaard toepassen van zuinigere instellingen is een goed voorbeeld. Per hotel onderzoeken we wat de huidige standaarden zijn en waar winst te behalen valt.

Investeren









Investeren in nieuwe apparatuur met een lagere CO₂-uitstoot zal de meeste impact hebben. Bij de inkoop worden drie factoren afgewogen: de energiebesparing, de investeringskosten en het comfort van de gast. Waar mogelijk wordt gekozen voor de meest duurzame optie. Het gefaseerd vervangen van installaties is een grote investering en daarmee een doelstelling voor de lange termijn.

"Door de verlichting in de hotels om te zetten naar nachtverlichting, verbruiken we 's nachts minder energie. Een quick win."

VERANTWOORDING 2019 – 2021

Het verbruik van gas en elektriciteit meten we bij Bilderberg per gast per nacht. Door COVID-19 zien we in 2020 en 2021 een sterke stijging per guest night in zowel elektriciteit als gasverbruik.

In beide jaren waren er meerdere periodes waarin er een sterke daling van het aantal gasten was door COVID-19. Ieder hotel heeft een basisverbruik, ongeacht het aantal gasten, waardoor bij minder gasten het verbruik per gast stijgt. Uiteraard hebben de hotels maatregelen genomen om het energieverbruik te minimaliseren, zoals het afsluiten van gangen en delen van hotels. Toch zien we - zeker bij de hotels met een langdurige sluiting, zoals Bilderberg Garden Hotel en Bilderberg Parkhotel Rotterdam - een sterke stijging in het verbruik per gast per nacht.

Gas- en elektraconsumptie per gast per nacht	2019		2020		2021	
	 m ³ gas	 kWh elektra	 m ³ gas	 kWh elektra	 m ³ gas	 kWh elektra
Europa Hotel Scheveningen	3,41	11,64	4,47	16,00	5,49	16,44
Garden Hotel	1,98	14,29	6,53	48,52	5,03	43,61
Grand Hotel Wientjes	3,84	15,75	5,49	21,34	5,37	19,14
Hotel 't Speulderbos	4,97	12,92	6,57	15,19	6,46	13,95
Château Holtmühle	0*	51,06	0*	51,18	0*	56,28
Hotel De Bovenste Molen	5,53	15,03	4,65	17,91	4,43	18,55
Hotel De Keizerskroon	4,37	18,69	3,11	21,37	6,13	25,46
Kasteel Vaalsbroek	4,24	18,47	4,51	21,82	6,11	26,05
Parkhotel Rotterdam	0,22	14,82	0,25	35,24	0,18	24,13
Résidence Groot Heideborgh	7,68	9,42	6,88	19,00	6,28	27,06
Hotel De Bilderberg	3,74	14,51	4,49	16,16	5,49	16,88
<hr style="border-top: 1px dashed orange;"/>						
Gasconsumptie in kg CO ₂ 	3.207.677		2.395.934		2.577.049	
Elektraconsumptie in kg CO ₂ 		4.613.577		3.752.886		3.992.982

* Château Holtmühle verbruikt geen gas

In de hotels wordt gebruik gemaakt van gas en elektra. Beiden rekenen wij om naar het aantal kilogram CO₂ en daarop zullen we sturen.

1 kWh grijze stroom = 0,56 kg CO₂
1 m³ grijs gas = 1,89 kg CO₂

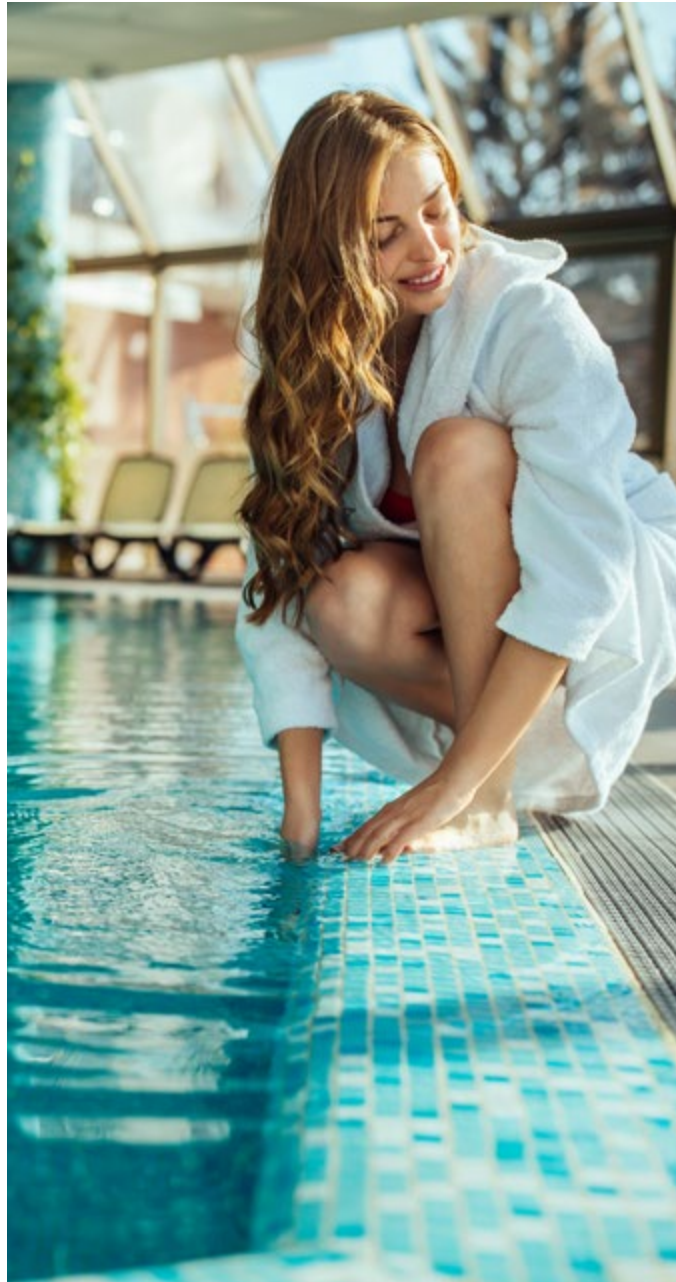
6. WATERVERBRUIK

Gemiddeld verbruiken onze hotels 9.505 m³ water per jaar (2019 en 2020). 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 gebruikt wordt in de operatie.

Door op beide fronten een grotere bewustwording te creëren, kunnen we een nog grotere besparing realiseren en zo het waterverbruik per gast per nacht verlagen.

"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"

Johan Huijbers,
Property Manager
Event Hotels Nederland



AMBITIE

We willen in 2024 een besparing van 20% op ons huidige waterverbruik realiseren. Dit gaan we mede bereiken door ons waterverbruik 24/7 te monitoren en zo inzicht te krijgen in besparingsmogelijkheden.

KPI'S

- Real time rapportage watergebruik in 2022.
- Plan van aanpak opstellen en uitvoeren voor bewustwording waterverbruik door medewerkers en gasten in 2022.
- Het waterverbruik reduceren met 20% in 2024 ten opzichte van 2019 door waterbesparende oplossingen toe te passen.

PLAN VAN AANPAK

Bewustwording gasten

Een belangrijk onderdeel bij het besparen van water is bewustwording onder onze medewerkers en gasten. We vragen onze gasten bijvoorbeeld al jaren om alleen de handdoeken die gewassen moeten worden op de grond te plaatsen, om zo onnodig wassen van handdoeken te voorkomen. We willen onze gasten blijven stimuleren om het onnodig gebruik van water te verminderen. Dit doen we door hen inzicht te geven in de gevolgen van hun verbruik op het milieu. In 2022 gaan we onderzoeken hoe we gasten hierin het beste kunnen motiveren.


Bewustwording medewerkers

We gaan onze medewerkers trainen op het signaleren van besparingsmogelijkheden. Ook in de operatie valt namelijk nog genoeg water te besparen, bijvoorbeeld door de afwasmachine alleen bij volle kratten aan te zetten. Om hiermee goed van start te gaan organiseren we een kennissessie voor de medewerkers om van daaruit een actieplan te maken.

Waterbesparende oplossingen

Om onze doelen te realiseren gaan we gebruik maken van innovatieve producten voor keukens en badkamers. Zo willen we bij het vervangen van badkamers standaard waterbesparende kranen en toiletten in de plannen meenemen. In 2022 stellen we een bestek op voor verbouwing of vernieuwing van badkamers en keukens, waarbij wordt uitgegaan van waterbesparende oplossingen. Hierbij wordt de besparing op water en energie standaard doorgerekend.

VERANTWOORDING 2019 - 2021

Waterconsumptie per gast per nacht in m ³	2019	2020	2021
Europa Hotel Scheveningen	0,24	0,27	0,27
Garden Hotel	0,30	1,00	0,66
Grand Hotel Wientjes	0,29	0,33	0,33
Hotel 't Speulderbos	0,26	0,35	0,37
Château Holtmühle	0,25	0,25	0,14
Hotel De Bovenste Molen	0,29	0,47	0,35
Hotel De Keizerskroon	0,21	0,50	0,53
Kasteel Vaalsbroek	0,20	0,22	0,28
Parkhotel Rotterdam	0,14	0,27	0,17
Résidence Groot Heideborgh	0,24	0,30	0,49
Hotel De Bilderberg	0,14	0,15	0,23
<hr style="border-top: 1px dotted orange;"/>			
Totaal waterconsumptie per jaar in m ³ 	115.755	93.366	95.468

Net als bij het verbruik van gas en elektriciteit, zien we ook bij water een stijging van het verbruik per *guest night* in 2020 ten opzichte van 2019. Ook hier zorgt COVID-19 voor een vertekend beeld. In periodes met geen tot weinig gasten is er namelijk nog steeds regulier waterverbruik, onder andere in de keuken, ondanks dat er voor een relatief lager aantal gasten eten wordt klaargemaakt. Ook de leidingen van alle kamers worden regelmatig doorgespoeld om legionella te voorkomen.



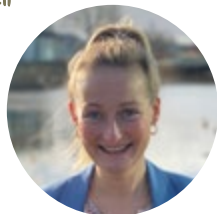
ONZE
MENSEN

7. GOED WERKGEVERSCHAP

In een service gedreven organisatie als Bilderberg zijn medewerkers het hart van de organisatie. Dit hebben we sterk ervaren tijdens de COVID-19 pandemie. Sluitingen van onze hotels en restaurants, steeds wisselende maatregelen, collega's die we moesten laten gaan en onderbezetting op de momenten dat gasten weer terugkwamen: het heeft veel van onze medewerkers gevraagd. Gelukkig zijn onze medewerkers zich blijven inzetten voor de gast. Het vinden van goed en gekwalificeerd personeel zal de komende jaren een grote uitdaging blijven, dat heeft ook zijn weerslag op de werkdruk van bestaande medewerkers. Goed voor hen zorgen, bijvoorbeeld door in te zetten op duurzame inzetbaarheid, is dan ook één van onze belangrijkste aandachtspunten. Maar ook inclusiviteit en diversiteit zorgen voor een gezond en sociaal bedrijf.

"Onze medewerkers zijn het hart van onze organisatie. Om onze hotelteams blij, gezond en inzetbaar te houden, zijn werkplezier en gezondheid belangrijke thema's voor de komende twee jaar"

Michou Vreeswijk,
HR Manager
Event Hotels Nederland



AMBITIE

Een gelukkige medewerker is de fundering van elk hotel. Onze ambitie is een werkomgeving creëren waar alle medewerkers zich gewaardeerd, veilig en betrokken voelen.

KPI'S

- Plan van aanpak opstellen op basis van een medewerkersbetrokkenheid onderzoek in 2022, met concrete doelstellingen voor de komende één tot drie jaar.
- In 2022 een verzuimpercentage behalen van 5,8%.
- Een duurzaam inzetbaarheidsbeleid opstellen in 2023.
- Jaarlijks preventiemedewerkers en vertrouwenspersonen trainen.
- De Risico-inventarisatie en Evaluaties (RI&E's) updaten en, zoals wettelijk verplicht, laten toetsen door een gecertificeerde arbodienst vanaf 2022.
- Medewerkers jaarlijks trainen in het omgaan met ongewenst gedrag en agressie vanaf 2022.
- In 2022 een turnover percentage behalen van maximaal 48%.



PLAN VAN AANPAK

Om de ambitie te behalen hebben we vijf belangrijke pijlers vastgesteld:

1. Werkplezier
2. Gezondheid
3. Veiligheid
4. Aandacht
5. Betrokkenheid

Prioriteit

In 2022 en 2023 gaat Bilderberg zich focussen op werkplezier, gezondheid en veiligheid. De komende twee jaar zijn deze drie onderwerpen naar onze medewerkers toe te allen tijde prioriteit. Het is onze ambitie om dit ook uit te stralen, zowel binnen de hotels als naar buiten toe.

Werkplezier

Een belangrijk onderdeel van werkplezier is het hebben van de juiste balans tussen werk en privé. Als werkgever vinden we het belangrijk om hier de juiste ondersteuning in te geven. In 2022 vindt er binnen Bilderberg een medewerkersbetrokkenheid onderzoek plaats, waarbij ook gemeten wordt op werkplezier. Aan de hand van de resultaten worden er nieuwe doelstellingen en actiepunten opgesteld.

Gezondheid

De gezondheid van de medewerker, dit is wellicht de meest belangrijke pijler. Een ongezonde medewerker 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 door medewerkers onder andere advies en tips te geven op het gebied van voeding, bewegen, slaap en ontspanning.

Een KPI om de gezondheid van onze medewerkers te meten is het verzuimpercentage. Gezonde medewerkers zullen zich immers minder vaak ziek melden. Het doel is in 2022 een verzuimpercentage te behalen van 5,8% of lager.

Duurzaam inzetbaarheidsbeleid

Duurzame inzetbaarheid is de mate waarin medewerkers willen en kunnen (belastbaarheid) blijven werken, al dan niet bij dezelfde werkgever (employability), tot aan de pensioengerechtigde leeftijd. Bij Bilderberg was van de 1063 medewerkers in 2020, 21% ouder dan 50 jaar. Om ervoor te zorgen dat alle medewerkers gezond en met plezier tot hun pensioengerechtigde leeftijd kunnen blijven werken, wordt in 2023 een beleid voor duurzame inzetbaarheid opgesteld.

Veiligheid

Als organisatie zijn we verplicht voor het zorgdragen van een veilige werkomgeving. Dit doen we niet alleen omdat het een verplichting is die in de Arbeidsomstandighedenwet is vastgelegd, maar ook omdat Bilderberg veiligheid ziet als een zeer belangrijke verantwoordelijkheid naar alle medewerkers toe. Uit de materialiteitsmatrix blijkt ook dat veiligheid gezien wordt als een belangrijk onderwerp.

Actiepunten veiligheid

- Jaarlijks trainen van de vertrouwenspersonen en de preventiemedewerkers ^[1];
- In 2022 de Risico-inventarisatie en -Evaluaties (RI&E's) updaten en, zoals wettelijk verplicht, laten toetsen door een gecertificeerde arbodienst. Dit wordt uitgevoerd door de preventiemedewerkers ^[2];
- Medewerkers jaarlijks trainen in het omgaan met ongewenst gedrag en agressie. In deze training zal tevens het onderwerp 'herkennen van en omgaan met mensen- en sekshandel' worden behandeld.

Aandacht & betrokkenheid

Door als bedrijf te laten zien dat we actief aan de veiligheid, gezondheid en het werkplezier van onze medewerkers werken, wordt meteen al het gevoel van aandacht gegeven en betrokkenheid gecreëerd. Een KPI om de vijf pijlers te meten is het turnoverpercentage. Een tevreden medewerker zal langer blijven, wat resulteert in een lager verloop. In 2022 is het doel om een percentage te behalen van maximaal 48%.

[1] Rol vertrouwenspersoon: een medewerker die ongewenst gedrag ervaart, zoals pesten, seksuele intimidatie, discriminatie of agressie, kan terecht bij de vertrouwenspersoon.

Rol preventiemedewerker: de preventiemedewerker zet zich in om arbeidsrisico's te verminderen. Denk aan gevaarlijke stoffen, geluid, werkplekinrichting, psychosociale arbeidsbelasting en machineveiligheid.

[2] Een RI&E is een lijst met alle (veiligheids- en gezondheids)risico's in een bedrijf en een plan voor het oplossen van deze risico's. Met deze lijst en het plan kunnen de risico's voor de medewerkers teruggedrongen worden.

VERANTWOORDING 2019 - 2021





Aantal medewerkers



Onder totaal aantal medewerkers vallen alle collega's die een contract of een overeenkomst met een van de Bilderberg hotels getekend hebben, inclusief leerlingen en betaalde en onbetaalde stagiaires, exclusief uitzendkrachten en ZZP-ers. Ook de collega's van het hoofdkantoor zijn meegenomen in de berekening.

Onder 'vast contract' worden alle medewerkers bedoeld die een onbepaalde tijd contract hebben getekend.

COVID-19

De pandemie heeft een grote invloed op ons personeelsbestand gehad. In de periode met hoge restricties en weinig gasten, hebben we veel vaste medewerkers moeten laten gaan. Op de momenten dat er minder maatregelen waren, zagen we direct meer gasten in onze hotels. Om de flexibiliteit te waarborgen zijn in 2020 de meeste nieuwe collega's aangenomen op basis van een oproepcontract of min/max contract. Het aantal medewerkers is hiermee veel hoger dan het aantal FTE. Ondanks de impact van COVID-19 hebben we er bewust voor gekozen om de samenwerking met opleidingen aan te blijven gaan en stageplekken te blijven bieden.

Medewerkers	2019	2020	2021
 Totaal	849	1036	679
 Vast contract	554	578	391
 Man	359	432	269
 Vrouw	490	604	410

	2019	2020	2021
 Verzuim	6,49 %	6,05 %	6,56 %
 Verloop	59,62 %	52,92 %	48,84 %

8. GEMEENSCHAPSONTWIKKELING

Bilderberg is een van oudsher oer-Hollandse organisatie, met hotels die ieder een sterke lokale binding hebben. Wij voelen een sterke betrokkenheid bij deze lokale gemeenschappen en kennen veel initiatieven en langdurige samenwerkingen.

We zetten onze kennis, mankracht, netwerk en faciliteiten graag in om een steentje aan een duurzame en sociale samenleving bij te dragen. 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

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

KPI'S

- Bilderberg participeert als groep jaarlijks in minimaal 2 projecten die een maatschappelijk verantwoord oogpunt hebben.
- Social return: in 2023 bestaat 1% van het personeelsbestand uit mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

PLAN VAN AANPAK

Maatschappelijke projecten

In 2022 worden onze maatschappelijke projecten vastgesteld met een meetbare impact die zich kan uiten in een bedrag van donaties of bijvoorbeeld het aantal uren in vrijwilligerswerk. In hetzelfde jaar volgt de uitvoering van deze projecten. Er zal met name worden gezocht naar projecten die aansluiten bij de visie van Bilderberg of die een verbinding hebben met het merk Bilderberg en waar het liefst zoveel mogelijk collega's bij betrokken zijn.

Social Return

Onze hotels zetten zich in om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt aan te nemen en een kans te bieden. In 2023 zal 1% van ons medewerkersbestand bestaan uit medewerkers die een afstand tot de arbeidsmarkt hadden of hebben. Bij de invulling van de vacatures wordt gericht gekeken of de vacature geschikt is voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt, zodat ook zij kans hebben op een vaste baan bij Bilderberg.

VERANTWOORDING 2019 – 2021

- ✓ *Samenwerking met voedselbank*
- ✓ *Koken voor Ronald McDonalds huis*
- ✓ *Vrijwilligerswerk voor PUM*
- ✓ *Kaartjes schrijven voor eenzame ouderen*

Donaties

Bilderberg is sponsor van een overkoepelende landelijke voetbalorganisatie en van een aantal lokale voetbalverenigingen. Voetbal raakt alle sociale lagen en structuren van de samenleving en heeft daardoor een belangrijke sociale functie. Voetbalclubs hebben een enorm potentieel in het vormen van attitudes en waarden van individuen, waarmee dus ook vorm wordt gegeven aan de samenleving en de maatschappij.

We ondersteunen nog meer doelen middels donaties namelijk:

- Stichting weg met kanker;
- Monumentenwacht Limburg;
- Kinderzorg project Viecuri en Isala ziekenhuis.

Voedselbank

Door COVID-19 kwam de hele wereld tot stilstand, zo ook onze hotels. Het ingekochte voedsel hebben we op diverse momenten aan de lokale voedselbanken geschonken om zo anderen, die eveneens getroffen werden, toch te kunnen voorzien van verse producten.

Veel liefs

Ouderen die geen bezoek meer mochten ontvangen vanwege COVID-19 zijn in het zonnetje gezet met een persoonlijke handgeschreven "Veel Liefs" kaart. Medewerkers in de hotels hebben in totaal 2200 kaarten geschreven en verstuurd, en hiermee 2200 ouderen bereikt. Ook hebben we ruim 300 Bilderberg items, zoals schorten en koekblikken, geschonken voor een goodiebag.

Food Impactors

Food Impactors is een open netwerk voor bevoegen ondernemers en ambitieuze beslissers/bestuurders in de Nederlandse foodservice en foodretail die het verschil willen maken voor de wereld van morgen. Vanuit persoonlijke drive, moreel besef en gesteund door een heldere visie op maatschappelijke verantwoordelijkheid van hun organisaties. Bilderberg is een van de partners die dit jaarlijks terugkomende evenement mogelijk maakt.



Heerlijk & Eerlijk

Binnen Bilderberg vinden we gezond eten en drinken heel belangrijk. Gezonde producten hoeven niet van ver te komen. Om de lokale makers van ons eten en drinken meer waardering voor hun producten te geven, kopen we onze producten het liefst bij lokale boeren en leveranciers. Zo kunnen we onze gasten laten genieten van pure en heerlijke producten die op een eerlijke manier zijn verkregen. Deze boeren en leveranciers willen we niet alleen voor onszelf houden maar ook voorstellen aan onze zakelijke relaties, opdat ook zij van deze producten kunnen genieten. Dit doen we door onze relaties met elkaar te verbinden.

"Eten en drinken is een ultiem middel om te verbinden en zetten we ook buiten de deuren van onze eigen hotels in om mensen te verblijden"

PUM

Als vrijwilligersorganisatie biedt PUM advies aan mkb's in opkomende markten of ontwikkelingslanden. Zo versterken ze de positie van hun klanten op de markt en creëren ze een positieve impact op de economie, de maatschappij en het milieu. Bilderberg heeft op vrijwillige basis een online toolkit ontwikkeld voor kleine hospitality ondernemingen in ontwikkelingslanden, met een stappenplan om een effectief online marketingplan op te stellen.

Koken Ronald McDonalds huis

Ook op lokaal niveau worden er diverse initiatieven voor goede doelen ontplooid. Zo is er door keukenbrigades gekookt in het Ronald McDonald huis in Arnhem. Op deze wijze geven de teams ondersteuning aan de gezinnen en de medewerkers in het Ronald McDonald huis.

Workshops en gastcolleges/examineren scholen

Onderwijs van goede kwaliteit voor iedereen, het liefst een leven lang. Daar staan wij volledig achter. Onderwijs is het fundament voor een duurzame ontwikkeling. Het geeft een positieve impuls aan het leven van een individu en zijn of haar omgeving. Een aantal hotels en collega's van ons hoofdkantoor ondersteunen diverse opleidingsinstituten door workshops en gastcolleges te verzorgen, zodat studenten over praktische ervaring kunnen beschikken die ze nodig hebben om voor hun opleiding te slagen. Examineren wordt onder andere door de Bilderberg afdelingshoofden gedaan in Wageningen, Arnhem en Doetinchem op het Rijn IJssel college.

Afstand tot de arbeidsmarkt

In diverse hotels van de groep wordt voor de invulling van vacatures gericht gekeken naar het aannemen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Inmiddels hebben diverse medewerkers een vast contract in één van de Bilderberg hotels ontvangen. Verder stimuleren we samenwerkingen met bedrijven die mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een werkplek bieden. Een voorbeeld daarvan is GVO, de drukker waar we gebruik van maken.



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 die gebieden waarbij investeringen nodig zijn.

De Director of Operations (rapporteert aan de COO) stuurt de General Managers in de hotels aan en is verantwoordelijk voor de vertaling van de strategische doelen naar tactische uitvoerplannen. Samen met het team van General Managers worden prioriteiten gesteld, taken verdeeld en vindt terugkoppeling van activiteiten en resultaten plaats in de kwartaal General Managers vergadering.

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, een extra verantwoordelijkheid binnen het hotel heeft om de operationele doelstellingen op het gebied van MVO te behalen en de 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 COO van Event Hotels.

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.
CO₂-emissies	Verminderen van de CO ₂ -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. Het verslag is nog niet volledig conform GRI-richtlijnen uitgewerkt, daar zullen we de komende jaren verdere stappen in gaan zetten.

GRI staat voor Global Reporting Initiative en geeft richting aan de inhoud van verslaggeving 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**