



KLIMAWIN-BERICHT

2023

HOCHSCHWARZWALD
TOURISMUS GMBH

Bericht im Rahmen der KLIMAWIN

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die KLIMAWIN	3
3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement	4
4. Unsere Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 01 – Klimaschutz	5
Leitsatz 05 - Produktverantwortung	7
5. Weitere Aktivitäten	9
Klima und Umwelt	9
Soziale Verantwortung	10
Ökonomischer Erfolg und Governance	11
6. Unser KLIMAWIN-Projekt	14
7. Kontaktinformationen	15
Ansprechperson	15
Impressum	15

1. Über uns

Unternehmensdarstellung

Schon die Gründung und der Start der Hochschwarzwald Tourismus GmbH (HTG) sind ein kommunalpolitischer Akt zur Nachhaltigkeit gewesen, galt es doch zum 1. Januar 2009 das gesamte operative Tourismusgeschäft von damals zehn Urlaubsorten im Hochschwarzwald zu vereinen mit dem Ziel, Synergien zu nutzen, Mittel der öffentlichen Hand einzusparen, den sanften Tourismus zu steigern und die Kulturlandschaft der Region mit all ihren Originalitäten zu profilieren. Heute sind aus den zehn Gründungskommunen 22 kommunale Gebiete geworden, da sich durch das erfolgreiche Agieren der HTG weitere Gemeinden in Form von Managementverträgen angeschlossen haben. Inzwischen ist das Hochschwarzwald Logo national und international bekannter geworden und die Marke vermittelt nachhaltige Werte einer ursprünglich idyllischen Natur, in der selbstsichere und offenherzige Menschen leben. Dies spiegelt sich in unseren Produkten, Dienstleistungen, Erlebnissen, Themen und der Kultur wider. Die Hochschwarzwald Tourismus GmbH betreibt seit dem 1. Dezember 2010 sehr erfolgreich das Projekt der Hochschwarzwald Card, bei dem mittlerweile über 421 Gastgeber und mehr als 100 Leistungspartner angeschlossen sind. Im Rahmen der immer wichtiger werdenden E-Mobilität, bietet die HTG seit Frühjahr 2011 im Rahmen der Hochschwarzwald Card die kostenlose Nutzung von E-Bikes an. Seit April 2015 bietet die HTG das erste E-Car-Sharing in einer ländlichen Region für Gäste und Einheimische an. Der Hochschwarzwald Card Inhaber kann dabei jeden Tag eines der 8 Mini Car-Sharing-Autos für 3-Stunden kostenlos mieten. Damit wurde eine Ergänzung zum öffentlichen Personennahverkehr geschaffen, beziehungsweise durch dieses Angebot der Gast animiert, die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln durchzuführen. Im Jahr 2019 wird der Service für E-Bike Fahrer zudem verbessert, indem jede Tourist-Information E-Bike Ladestation wird. Die Radler können Ihre Akkus in den Tourist-Informationen abgeben und kostenlos aufladen. Die Infos sind natürlich entsprechend gekennzeichnet.

„Zukünftig wird es nicht mehr darauf ankommen, dass wir überall hinfahren können, sondern ob es sich lohnt, dort noch anzukommen.“

(Hermann Löns, 1908)

„Es kommt als Urlaubsregion nicht nur darauf an Bekanntheit zu erlangen, sondern vor allem begehrt zu sein“

(Thorsten Rudolph, Geschäftsführer der HTG)

Die HTG ist bestrebt, eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus derart zu gestalten, dass das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen gewahrt bleibt.

Die HTG orientiert sich dabei an einer nachhaltigen Entwicklung, die ökologisch vertretbar, ökonomisch ergiebig und soz.ial verträglich ist. Auch im Markenkern des Hochschwarzwaldes ist eine nachhaltige Entwicklung zentraler Ankerpunkt.

Wesentlichkeitsgrundsatz

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Arbeit im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die KLIMAWIN

Bekanntnis zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit und der Region

Mit der Unterzeichnung der KLIMAWIN bekennen wir uns zu unserer ökologischen, ökonomischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

Die 12 Leitsätze der KLIMAWIN

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsverständnis.

Klima und Umwelt

Leitsatz 01 – Klimaschutz

„Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

„Wir unternehmen Maßnahmen zur Klimawandelfolgenanpassung.“

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

„Wir verringern die Inanspruchnahme von (natürlichen) Ressourcen und verfolgen das Ziel einer Kreislaufwirtschaft.“

Leitsatz 04 – Biodiversität

„Wir setzen uns aktiv für den Schutz und den Erhalt der Biodiversität ein.“

Leitsatz 05 – Produktverantwortung

„Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

„Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in unserer Wertschöpfungskette.“

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

„Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden.“

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

„Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen.“

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

„Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region.“

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

„Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

Leitsatz 11 – Transparenz

„Wir sind ein offenes Unternehmen, verhindern Korruption und berichten transparent über Finanzentscheidungen.“

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

„Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeitenden als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur KLIMAWIN und zu weiteren Mitgliedern finden Sie auf:

<https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/klimawin>

CHECKLISTE

3. Checkliste: Unser Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement

Die KLIMAWIN wurde unterzeichnet am: 27.12.2021

Übersicht: Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement im Unternehmen

	Adressierter Leitsatz	Schwer- punktsetzung	Quantitative Dokumentation
Leitsatz 1 – Klimaschutz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2 – Klimaanpassung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 3 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4 – Biodiversität	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 5 – Produktverantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 6 – Menschenrechte und Lieferkette	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8 – Anspruchsgruppen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11 – Transparenz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsengagement vor Ort

Unterstütztes KLIMAWIN-Projekt: Korken für Kork

Schwerpunktbereich:

Ökologische Nachhaltigkeit Soziale Nachhaltigkeit

Art der Förderung:

Finanziell Materiell Personell

4. Unsere Schwerpunktt Themen

Überblick über die gewählten Schwerpunkte

- Leitsatz 01 - Klimaschutz: „Wir setzen uns ein Klimaschutzziel und berichten darüber. Wir nutzen erneuerbare Energien und steigern die Energieeffizienz.“
- Leitsatz 05: Produktverantwortung: „Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen.“

Warum uns diese Schwerpunkte besonders wichtig sind

Der Klimawandel ist die größte Herausforderung unserer Zeit. Daher ist es selbstverständlich, dass wir uns besonders mit dem Leitsatz 01 Klimaschutz auseinandersetzen. Die Klimaerwärmung lässt sich nur durch abrupte und ganzheitlich angelegte Emissionsreduktionsmaßnahmen verlangsamen. Unser zweiter Schwerpunkt ist Leitsatz 05 Produktverantwortung. Wir sehen dabei den Hochschwarzwald und dessen touristische Angebote als ein Produkt, welches wir potenziellen touristischen Gästen vermarkten. Da der Tourismus häufig mit der Nachhaltigkeit im Konflikt steht, ist dieser Leitsatz besonders interessant und herausfordernd. Wir wollen den Tourismus im Hochschwarzwald so umweltverträglich und nachhaltig wie möglich gestalten. Dies steht auch in direktem Zusammenhang mit Leitsatz 01 Klimaschutz.

Leitsatz 01 – Klimaschutz

Zielsetzung

Wir dokumentieren seit Januar 2022 alle Energie- und Verbrauchswerte unserer Geschäftsstelle. Für das Geschäftsjahr 2022 wurde zum ersten Mal eine Treibhausgasbilanz nach den Standards des Greenhouse Gas Protocols inkl. Scope 3 erstellt. Unsere Webseite wird bereits klimaneutral gehostet und in der Geschäftsstelle wird Strom von einem Ökostromanbieter bezogen. Für die Gebäudeerwärmung und zur Warmwasserbereitung betreiben wir derzeit eine Gastherme, die an das örtliche Erdgasnetz angeschlossen ist. Das ursprüngliche Ziel bis zum Jahr 2024 klimaneutral zu sein war zu ambitioniert und wird daher angepasst. Vor allem die Reduktion der Treibhausgasemissionen in allen 3 Bereichen ist das Ziel. Zusätzlich werden Kompensationsmaßnahmen durchgeführt.

Ergriffene Maßnahmen

- Weihnachtsmarkt in der Ravennaschlucht ist jährlich ein Green Event BW. Im Zuge dessen werden u. a. die Anreisen unserer Mitarbeiter zum Veranstaltungsort über die Klimaschutzstiftung BW kompensiert
- Weiterentwicklung Mobilität vor Ort. Wir befinden uns im Prozess zur Steigerung der Attraktivität für klimafreundlichere Mobilität bei uns in der Region.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ergebnisse und Entwicklungen

Unsere Veranstaltungen werden sukzessive zu Green Event BW Veranstaltungen weiterentwickelt. Unsere Pilotveranstaltung ist unsere größte Veranstaltung „Weihnachtsmarkt in der Ravennaschlucht“. Des Weiteren arbeiten wir mit verschiedenen Institutionen und Instanzen, um die Mobilität in unserer Region zu transformieren. Beispielsweise soll das Angebot für Carsharing und Ladeinfrastruktur erweitert werden. Außerdem befinden wir uns in der Ausarbeitung eines On Demand Konzeptes für die Region.

Indikatoren

Indikator 1: Treibhausgasemissionen pro Quadratmeter

- 316kg/m²
- 220kg/m² bis 2028

Indikator 2: Carsharing Autos in der Region

- 6 Autos
- 12 Autos bis 2027

Treibhausgasbilanz

Zur Senkung der Treibhausgasemissionen haben wir eine THG-Bilanz für Scope 1, 2 und 3 erstellt und auf Basis dessen ein Reduktionsziel festgelegt.

Tabelle 1: Datenerfassung und Ziele zur Senkung der THG-Emissionen

Erfassungsbereiche	Ausgangsbilanz 2022	Aktuelles Geschäftsjahr 2023	Veränderung gegenüber Referenzjahr	Zielsetzung und -erreichung		
	THG-Emissionen in t CO ₂ e	THG-Emissionen in t CO ₂ e	+/- in t CO ₂ e	Zieljahr	Reduktionsziel in t CO ₂ e oder %	Ziel-erreichung in %
Direkte THG-Emissionen Scope 1	639	598	-42	2028	25%	6%
Indirekte THG-Emissionen Scope 2	0	0	0	-	0	-
Indirekte THG-Emissionen Scope 3	228	242	+14	2030	5%	-

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Ausblick

Eine große Emissionsquelle ist die Mobilität sowohl bei der Gästeanreise in die Region als auch bei der Mobilität vor Ort. Auf die Mobilität vor Ort kann am ehesten eingegriffen werden, daher liegt der Fokus auf diesem Bereich. In einer großen Tourismusdestination wie dem Hochschwarzwald müssen viele Akteure berücksichtigt werden, was den Transformationsprozess komplex macht. Daher sprechen wir hier von langfristigen Prozessen.

Leitsatz 05 - Produktverantwortung

Zielsetzung

Wir bieten bereits einige nachhaltige touristische Angebote. Beispielsweise bewerben wir den sogenannten Voluntourismus, der in Kooperation mit dem Naturpark Südschwarzwald entwickelt wurde. Der Voluntourismus ist ein Angebot für Gäste, die eine Reise mit nachhaltigen Aktivitäten, wie beispielsweise der Auerwild Biotoppflege kombinieren möchten. Des Weiteren wird jährlich die sogenannte Waldputzete organisiert, bei der Wegränder von Abfall befreit wird.

Wir wissen, dass in unserer Region produzierte Produkte mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und gehen teilweise auch weit darüber hinaus. Daher ist der Fokus bei diesem Schwerpunkt die Stärkung der Produktverantwortung durch regionalen Mehrwert sein.

Ergriffene Maßnahmen

- Waldsupermarkt mit verantwortungsvollen, regionalen Produkten durchgeführt
- Gründung der „Next Generation“ Köche im Hochschwarzwald

Ergebnisse und Entwicklungen

Neben der Gründung der „Next Generation“ mit jungen Köchen aus dem Hochschwarzwald, streben wir die Gründung eines weiteren Netzwerkes mit den „Local Heroes“ an. Dazu fanden bereits zwei Treffen mit den potenziellen Teilnehmern aus allen Wirtschaftsbereichen der Region statt. Ziel ist es in diesem Netzwerk die Regionalität und damit die Produktverantwortung sukzessive zu steigern. Des Weiteren sollen Veranstaltungen, die auf diesen Schwerpunkt einzahlen durchgeführt werden.

Indikatoren

Indikator 1: Veranstaltung pro Jahr, die auf diesen Schwerpunkt einzahlen

- 4 pro Jahr
- 6 pro Jahr bis 2028

Indikator 2: Verwendung regionaler Produkte

- 23% aus dem Hochschwarzwald

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- 30% bis zum Jahr 2025

Ausblick

Wir werden weiterhin an diesem Schwerpunkt festhalten, das wird großes Potenzial in diesem sehen.

Es gilt weiterhin, wie in der Beschreibung der derzeitigen Entwicklung an unserem Weg festzuhalten.

5. Weitere Aktivitäten

Klima und Umwelt

Leitsatz 02 – Klimaanpassung

Ziele:

- Transformationsworkshop gemeinsam mit dem Landkreis durchführen
- Sandsäcke für Hochwasser lagern

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ausarbeitung des Transformationsworkshops bis November 2024

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im November 2024 soll der Transformationsworkshop stattfinden

Ausblick:

- Zukünftig werden vermehrt Maßnahmen zur Klimaanpassung durchgeführt. Dies vor allem in Abstimmung mit den Gemeinden in unserer Region

Leitsatz 03 – Ressourcen und Kreislaufwirtschaft

Ziele:

- Der Wasserverbrauch soll gesenkt werden
- Der Papierverbrauch soll gesenkt werden
- Aktive Kommunikation der Aktivitäten zur Nachhaltigkeit über die Kanäle der HTG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Perlatoren in den Toiletten in der Geschäftsstelle
- Sukzessive Digitalisierung der Printprodukte

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Aktivitäten im Bezug auf die nachhaltige Entwicklung werden kontinuierlich kommuniziert

Ausblick:

- Zukünftig soll vermehrt auf das Thema Kreislaufwirtschaft geachtet werden

WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 04 – Biodiversität

Ziele:

- Insektenhäuser und Wildblumenwiesen installieren

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bisher wurden noch keine Aktivitäten dahingehend durchgeführt

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Partnerschaft mit dem Naturpark Südschwarzwald wird ausgebaut

Ausblick:

- Unsere Wälder sollen zukünftig in den Fokus bei der Maßnahmenentwicklung rücken

Soziale Verantwortung

Leitsatz 06 – Menschenrechte und Lieferkette

Ziele:

- In Zukunft sollen vermehrt Projekte zur Inklusion von Menschen mit Behinderung in den Arbeitsalltag vorangetrieben werden

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bisher wurden in diesem Bereich keine Aktivitäten durchgeführt

Ergebnisse, Entwicklungen und Ausblick:

- Dieses Themenfeld kristallisiert sich als zunehmend schwer zu Bearbeiten heraus

Leitsatz 07 – Mitarbeitendenrechte und -wohlbefinden

Ziele:

- Förderung der Mitarbeitergesundheit durch Gesundheitsangebote
- Die Luftschadstoffe und die Lärmbelästigung im Hochschwarzwald sollen kontinuierlich gesenkt werden
- Dem Fachkräftemangel durch familienfreundliche Arbeits- und Rahmenbedingungen im Tourismus begegnen

WEITERE AKTIVITÄTEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Mehrere Angebot für die Mitarbeitenden, wie Hanseobst und Hansfit

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Angebote werden kontinuierlich vorgestellt und sporadisch angenommen

Ausblick:

- Das Mitarbeiterwohlbefinden soll weiter gesteigert werden

Leitsatz 08 – Anspruchsgruppen

Ziele:

- Ausarbeitung einer Nachhaltigkeitsstrategie, die von allen Anspruchsgruppen getragen wird
- Systematische Organisationsstruktur, um regelmäßige Projekt spezifische Treffen mit Stakeholdern zu organisieren und koodenieren
- Die Gesundheitsangebote für touristische Zwecke sollen ausgebaut werden

Maßnahmen und Aktivitäten:

- In Anlehnung an den Sustainable Development Goals wurde eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt
- Kontinuierliche Initiierung von Treffen mit den Stakeholdern

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Die Nachhaltigkeitsstrategie wird kontinuierlich weiterentwickelt und umgesetzt

Ausblick:

- Die Strategie wird sich zukünftig voraussichtlich an den CSRD Richtlinien orientieren

Ökonomischer Erfolg und Governance

Leitsatz 09 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

Ziele:

- Alle Arbeitsplätze sollen trotz der angespannten Coronasituation und steuerlicher Nachforderungen erhalten bleiben

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Prozesse hinsichtlich Kosteneffizienz weiter steigern

WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Bisher konnten alle Arbeitsplätze vollumfänglich erhalten bleiben

Ausblick:

- Der Hochschwarzwald und dabei vor allem die Tursitinformationen sollen sukzessive digitalisiert werden, sodass die Arbeit für unsere Mitarbeitenden erleichtert wird und die Organisation grundsätzlich umstrukturiert werden kann. Dabei sollen keine Arbeitsplätze verloren gehen.

Leitsatz 10 – Regionaler Mehrwert

Ziele:

- Wir wollen die Direktvermarkter in der Region weiter fördern
- Wir wollen vermehrt exklusive Hochschwarzwald Erlebnisse anbieten. Dadurch soll die Wertschöpfung auch vermehrt in der Region gehalten werden
- Stärken des Bewusstseins für den nachhaltigen Tourismus bei Jugendlichen in der Region

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Waldsupermarkt mit regionalen Produkten durchgeführt
- Weihnachtsmarkt in der Ravennaschlucht mit überwiegend regionalen Standbesckickern

Ergebnisse, Entwicklungen und Ausblick:

- Weitere Projekte/Veranstaltungen sollen initiiert werden, die auf den regionalen Mehrwert einzahlen

Leitsatz 11 – Transparenz

Ziele:

- Es soll weiterhin an der Transparenz gearbeitet werden
- Treibhausgasbilanz kontinuierlich verfeinern und Datengrundöage verbessern

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Die Berechnungsmethode für die Treibhausgasbilanzierung wird weiter angepasst

Ausblick:

- Neben den Treibhausgasemissionen soll die Kreislaufwirtschaft ebenfalls messbar gemavht werden

WEITERE AKTIVITÄTEN

Leitsatz 12 – Anreize zur Transformation

Ziele:

- Wir fördern nachhaltige innovative Projekte, wie dem Klimaneutralen Tourismus im Hochschwarzwald
- Der Nachhaltigkeitsbeauftragte ist kontinuierlich auf der Suche nach neuen nachhaltigen Innovationen

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Das Projekt „Klimaneutraler Tourismus im Hochschwarzwald“ wurde erfolgreich durchgeführt

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Es fehlt nach Einreichung des Abschlussberichtes beim Umweltministerium BW weiterhin ein Feedback und eine Erörterung zur Weiterentwicklung des Projektes

Ausblick:

- Weitere Projekte sollen initiiert werden.

6. Unser KLIMAWIN-Projekt

Mit unserem KLIMAWIN-Projekt leisten wir einen Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

Das Projekt

Wir unterstützen das Projekt Korken für Kork der Diakonie Kehl-Kork. Die Diakonie Kork ist eine Einrichtung mit 1.100 Betten und Plätzen für epilepsiekranken Menschen, die häufig zusätzliche Beeinträchtigungen haben. In Fachkliniken, Wohnangeboten, einer Sonderschule, den Hanauerland Werkstätten und Offenen Hilfen setzen sich rund 1.250 Mitarbeitende für eine bedarfsgerechte Diagnostik, Therapie, Versorgung und Begleitung ein. Teil der Einrichtung ist auch die Ev. Fachschule für Heilerziehungspflege. Der Verkauf der Korken erfolgt an langjährige Partner, welche eine Wiederverwertung garantieren.



Art und Umfang der Unterstützung

In allen 22 Touristinformationen des Hochschwarzwaldes befindet sich ab dem Januar 2022 eine Korkensammelstelle. Dadurch können Korken kostenlos abgegeben werden. Sobald genügend Kork gesammelt wurde, werden diese von der Diakonie abgeholt. Die Diakonie verkauft den recycelten Rohstoff im Anschluss, um die Arbeit mit den Menschen mit

Umfang der Förderung: 40h

Ergebnisse und Entwicklungen

Bisher konnten rund 4m³ an Korken über unsere Sammelstellen gesammelt werden.

Ausblick

Wir halten weiterhin an diesem Projekt fest.

7. Kontaktinformationen

Ansprechperson

Fabian Wiesler
Nachhaltigkeitsbeauftragter

Impressum

Herausgegeben am 12.10.2024 von

Hochschwarzwald Tourismus GmbH

Freiburger Straße 1

79856 Hinterzarten

Telefon: +49 (0) 7652 - 1206 0

Fax: 0 76 52 - 12 06 89219

E-Mail: info@hochschwarzwald.de

Internet: [Urlaub im Hochschwarzwald | Offizieller Reiseführer](#)

