MARITIM
HOTELS



ESG-BERICHT 2025

Wie wir Nachhaltigkeit im Hotelalltag systematisch weiterentwickeln

WILLKOMMEN BEI **MARITIM**. SCHÖN, DASS SIE DA SIND!



Nachhaltigkeit beginnt nicht mit Berichten. Sie beginnt mit Verantwortung.“

Manche Dinge tut man einfach, weil sie richtig sind. Für uns bei Maritim ist es zum Beispiel seit vielen Jahren selbstverständlich, auf einen bewussten Umgang mit Ressourcen zu achten und eine offene, vertrauensvolle Unternehmenskultur zu pflegen. Und weil auch wir uns stetig weiterentwickeln, haben wir 2023 damit begonnen, unsere Verantwortung für die Umwelt, für unsere Mitarbeitenden und für die Gesellschaft noch systematischer zu betrachten. Dazu haben wir die neue Fachabteilung Nachhaltigkeit geschaffen und zum 1. Januar 2024 mit Henning Jünke, Direktor Nachhaltigkeit & Menschenrechtsbeauftragter, besetzt.

Unser Ziel ist klar: Wir wollen besser verstehen, welche Auswirkung unser Handeln hat, wo Risiken bestehen und wo wir Chancen ergreifen können. Und wir möchten transparent machen, was wir tun. Denn das Interesse an nachhaltiger Unternehmensführung wächst: bei Gästen, Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und Banken gleichermaßen. Dieser ESG-Bericht, den wir auf freiwilliger Basis veröffentlichen, ist ein Ergebnis der intensiven Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit – und darauf sind wir stolz. Er macht sichtbar, wo wir heute stehen. Denn Nachhaltigkeit beginnt für uns nicht mit Berichten. Sie beginnt mit Verantwortung – und zeigt sich darin, wie wir jeden Tag handeln.

Der vorliegende Bericht ist eine ehrliche Bestandsaufnahme. Wir zeigen, was wir bereits erreicht haben – und benennen ebenso klar, wo wir noch besser werden wollen. Wir laden Sie herzlich ein, mehr über unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten zu erfahren.

Erik van Kessel

Geschäftsführer und Chief Operating Officer (COO)
Maritim Hotelgesellschaft mbH

Roland Elter

Geschäftsführer und Chief Commercial Officer (CCO)
Maritim Hotelgesellschaft mbH

INHALT



18
Energie & Technik

44
Menschen- & Umweltrechte





48
Nachhaltigkeitsmanagement

Überblick

03 Vorwort
06 Über diesen Bericht
08 Unser Unternehmensprofil

Nachhaltigkeit bei Maritim

10 Unser Verständnis von Nachhaltigkeit
Wir arbeiten daran, Qualität, Service und Verantwortung stets zusammenzudenken.

14 GreenSign Zertifizierung
Unsere 24 Hotelstandorte wurden in zehn Kernbereichen geprüft – vom Umgang mit Ressourcen bis zu Unternehmensführung und Kommunikation.

GREENSIGN HOTEL

14
GreenSign Zertifizierung

Umwelt

18 Energie & Technik
Heizen, kühlen, belüften: So machen wir unsere Dauerläufer effizienter.

20 Wasser
Wir werten Wasserverbräuche systematisch aus und setzen auf verschiedene Einsparmaßnahmen.

22 Abfall & Kreislaufwirtschaft
Mit gezielten Untersuchungen schaffen wir die Grundlage, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren.

28 Klimaschutz
Maritim hat wissenschaftsbasierte Klimaziele, die mit dem Pariser Klimaabkommen in Einklang stehen.

Soziales & Gesellschaft

34 Gästeaktivierung
So integrieren wir nachhaltigere Service-Optionen in den Hotelalltag.

36 Diversität & Chancengleichheit
Maritim legt Wert auf Chancengerechtigkeit, Mitbestimmung und ein respektvolles Miteinander.

40 Kompetenzaufbau & Befähigung
Mit verschiedenen Maßnahmen fördern wir die Qualifikation und Entwicklung unserer Mitarbeitenden.

44 Menschen- & Umweltrechte
Wir bekennen uns zur Achtung internationaler Menschenrechte und schulen unsere Mitarbeitenden im Erkennen von sensiblen Situationen.

Unternehmensführung

48 Nachhaltigkeitsmanagement
Beim Team Nachhaltigkeit laufen Informationen und Daten aus verschiedenen Bereichen des Hotelbetriebs zusammen.

50 Ethisches Geschäftsverhalten
Mit klar definierten Verhaltensregeln und Schulungen fördert Maritim integres Handeln im Hotelbetrieb.

52 Datenschutz
Der sorgsame Umgang mit personenbezogenen Daten ist ein wesentlicher Bestandteil unserer verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Anhang

54 VSME-Index
56 Detail-Informationen zu unseren Standorten
58 Klimarisikoanalyse
60 Wesentlichkeitsanalyse
62 Impressum



(B1)

ÜBER DIESEN BERICHT

Dieser Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2025 und hat den Fokus Deutschland. Er umfasst die Aktivitäten der 24 deutschen Hotelstandorte der Marke Maritim, der Verwaltungsstandorte in Bad Salzuflen und Darmstadt sowie des angegliederten Golfparks. Zum Berichtskreis gehören somit die Maritim Hotelgesellschaft mbH (Sitz: Timmendorfer Strand), die Hotel Kursanatorium GmbH (Sitz: Bad Salzuflen) und die Maritim Golfpark Ostsee AG (Sitz: Warnsdorf), deren Daten konsolidiert erfasst wurden.

Maritim ist überwiegend im Beherbergungs- und Gastgewerbe tätig (NACE-Code: 55-10.1). Sofern nicht anders angegeben, beziehen sich alle Informationen und Kennzahlen in diesem Bericht auf die genannten Gesellschaften.

Unsere freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung orientiert sich am **Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs (VSME)** gemäß Empfehlung (EU) 2025/1710 der Europäischen Kommission. Die Berichtsstruktur folgt Option B und umfasst damit das Basismodul sowie das Zusatzmodul. Die Bezeichnungen der Datenpunkte folgen dieser Fassung. Unterschiede zum seit dem 24. September 2026 geltenden Voluntary Standard (VS) gemäß Delegierter Verordnung (EU) 2026/1560 erläutern wir im VSME-Index. Auf Auslassungen von Angaben innerhalb der angewendeten Berichtsstruktur wurde verzichtet.

Um zentrale Umweltkennzahlen und unsere Klimastrategie von Anfang an korrekt aufzusetzen, haben wir die DEKRA beauftragt, eine externe Qualitätssicherung vorzunehmen. Geprüft und verifiziert wurden die Treibhausgasbilanz 2025 nach dem GHG Protocol, die hotelspezifischen CO_2-, Wasser- und Abfall-Fußabdrücke sowie unsere Klimaziele und der zugrunde liegende Umsetzungspfad.

(B1, C1)

UNSER UNTERNEHMENSPROFIL

Die Maritim Hotelgesellschaft mbH ist die größte inhabergeführte deutsche Hotelkette und bedeutendster privater Anbieter von Kongressmöglichkeiten in Deutschland.

24 Hotels

1 Golfpark

7.631
Zimmer & Suiten

3.653
Mitarbeitende

396,5 Mio. €
Umsatz

2,8 Mio.
Gäste

7.091
Veranstaltungen

Maritim ist in weiteren sechs Ländern vertreten: Albanien, Bulgarien, China, Italien, Malta und Mauritius. Seit der Eröffnung des ersten Maritim Hotels im Jahr 1969 stehen wir für verlässliche Qualität und umfassenden Service – für Geschäftsreisende ebenso wie für Privatgäste, die einen besonderen Aufenthalt suchen.

Unser Portfolio reicht von zentral gelegenen Stadthotels über flughafennahe Business- und Kongresshotels bis hin zu Resorts an der Küste oder in naturnaher Umgebung. Durch eine Beteiligung an der Golfpark Ostsee AG in Warnsdorf haben wir unser Angebot gezielt erweitert: Der Golfplatz vor Ort macht die beiden nahegelegenen Häuser noch attraktiver für Gäste, die Erholung und Sport verbinden möchten.

Unsere Häuser zählen zur First-Class-Hotellerie mit exzellenter Ausstattung, komfortablen Zimmern und Suiten, international ausgerichteten Restaurants sowie großzügigen Schwimmbad- und Wellnessbereichen. Hinzu kommen moderne Konferenzräume und Veranstaltungsflächen für unterschiedliche Formate.

Was uns seit jeher prägt, ist das Prinzip „Tagen und Wohnen unter einem Dach“: Wir verbinden langjährige Erfahrung in der Planung und Durchführung von Großveranstaltungen mit erstklassiger Übernachtungsqualität – und gehören damit zu den führenden Anbietern für Meetings, Incentives, Conventions und Events (MICE) im deutschsprachigen Raum.

Trotz unserer Größe und bundesweiten Präsenz sind wir im Kern ein inhabergeführtes Unternehmen geblieben. Langfristiges Denken, verlässliche Partnerschaften und eine Unternehmenskultur, in der sich Mitarbeitende wohlfühlen und weiterentwickeln können, prägen unser Handeln. Auch die Rückmeldungen auf der Arbeitgeberbewertungsplattform kununu zeichnen ein positives Bild: 86 Prozent der Bewertenden empfehlen Maritim als Arbeitgeber weiter.

UNSERE STANDORTE

Maritim betreibt in Deutschland 24 Hotels, die sich über das gesamte Bundesgebiet verteilen. Gesteuert wird das operative und strategische Geschäft aus der Hauptverwaltung in Bad Salzuflen und vom Verwaltungsstandort Darmstadt.



Unsere Mitarbeitenden sind das Herz des Unternehmens – sie sind es, die unsere Tradition herzlicher Gastfreundschaft jeden Tag mit Leben füllen.“

Dr. Monika Gommolla Inhaberin und Vorsitzende des Aufsichtsrats

(B2, C1)

UNSER VERSTÄNDNIS VON NACHHALTIGKEIT

Bei Maritim steht der Gast seit jeher im Mittelpunkt. Dieses Versprechen verbinden wir mit dem Ziel, Ressourcen bewusst einzusetzen sowie ökologische und soziale Aspekte noch stärker in unsere betrieblichen Abläufe zu integrieren.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns, Qualität, Service und Verantwortung zusammenzudenken. Dabei wollen wir Gäste begeistern, Mitarbeitende stärken und Verantwortung in konkretes Handeln übersetzen.

Wie wir unsere Themen ermittelt haben

Im Jahr 2024 haben wir in einem strukturierten Strategieprozess (mehr Details dazu im Anhang ab Seite 60) unsere zentralen Nachhaltigkeitsthemen definiert. Als Grundlage dienten:

- **Rahmenwerke und Standards:** u. a. Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG), die UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (SDGs) sowie Kriterien der Bewertungsprogramme EcoVadis und GreenSign
- **Bestandsaufnahme:** Analyse unserer bestehenden Maßnahmen und unserer bisherigen Nachhaltigkeitsleistung
- **Doppelte Wesentlichkeitsanalyse:** standardisierter Prozess zur Identifikation relevanter Nachhaltigkeitsthemen gemäß den Anforderungen der CSRD-Richtlinie



Wie wir Nachhaltigkeit im Unternehmen integrieren

Ein zentrales Ergebnis dieses Prozesses ist unser ESG-Steuerrad (siehe Seite 12). Die Abkürzung steht für verantwortungsbewusstes unternehmerisches Handeln in den drei Dimensionen Environment (Umwelt), Social (Soziales) und Governance (Unternehmensführung).

Auf dieser Grundlage übersetzen wir externe Anforderungen aus Regulatorik, Marktentwicklung und gesellschaftlichem Wandel in Themen, die direkt an das Geschäftsmodell und die Organisationsstruktur von Maritim anknüpfen. So verankern wir unsere Fokusfelder gezielt in den zuständigen Abteilungen. Zugleich ermöglicht uns die Systematik, klare Verantwortlichkeiten festzulegen sowie Maßnahmen und Ziele konkret zu definieren.

Das Steuerrad gliedert sich in drei Ebenen: Im inneren Ring – dem festen Kern – sind die drei ESG-Dimensionen verortet. Diese fächern sich im mittleren Ring in acht branchenspezifische Handlungsfelder auf. Passgenau auf den Hotelalltag zugeschnitten, wurden diese im äußeren Ring zu 27 Kategorien mit hier nicht vollständig angeführten 46 Nachhaltigkeitszielen aufgegliedert. Im Berichtszeitraum 2025/26 treiben wir 15 dieser Ziele mit Priorität voran.

ZIELE	KATEGORIE	HANDLUNGSFELD	UMSETZUNGSSTAND
UMWELT / ENVIRONMENT			
1. Stromverbrauch reduzieren	Energie	Immobilien & Infrastruktur	●●○○
2. Wärmeverbrauch reduzieren	Energie	Immobilien & Infrastruktur	●○○○
3. Wasserverbrauch reduzieren	Wasser	Immobilien & Infrastruktur	●●○○
4. Abfall reduzieren & in Kreisläufen führen	Abfall	Immobilien & Infrastruktur	●●○○
5. Product Carbon Footprints reduzieren	Übernachtungen	Hotelbetrieb	●○○○
6. Product Water Footprints reduzieren	Übernachtungen	Hotelbetrieb	●○○○
7. Essensabfälle reduzieren	Food & Beverage	Hotelbetrieb	●●○○
SOZIALES & GESELLSCHAFT / SOCIAL			
8. Nachhaltiges Gästeverhalten fördern	Gästeaktivierung	Gäste	●●●○
9. Nachhaltigkeit in der Beschaffung systematisch verankern	Nachhaltige Beschaffung	Lieferkette	●●○○
UNTERNEHMENSFÜHRUNG / GOVERNANCE			
10. Aufbau eines systematischen Nachhaltigkeitsmanagements	Nachhaltigkeitsmanagement	Verantwortung	●●●○
11. Prävention von Korruption & Bestechung	Geschäftsverhalten	Verantwortung	●●●○
12. Bekämpfung von Geldwäsche	Geschäftsverhalten	Verantwortung	●●●○
13. Vermeidung von Interessenskonflikten	Geschäftsverhalten	Verantwortung	●●●○
14. GreenSign Zertifizierung einführen*	Zertifizierungen & Ratings	Transparenz	●●●●
15. Stakeholder über Nachhaltigkeitsleistung informieren	Externe Kommunikation	Transparenz	●●○○

* Ziel bereits erreicht.

Unsere Nachhaltigkeitsziele sind bewusst praxisnah formuliert, denn sie sollen im Arbeitsalltag konkrete Orientierung geben. So haben wir uns beispielsweise vorgenommen, den Gesamtenergieverbrauch über alle Standorte hinweg bis 2025 um zwei Prozent gegenüber dem Basisjahr 2023 zu reduzieren. Dazu haben wir gemeinsam mit Experten aus der Haustechnik standortspezifische Einsparmaßnahmen identifiziert und priorisiert. Vor allem mithilfe gezielter technischer Modernisierungen wie der Erneuerung von Kältemaschinen oder der Installation von Wärmerückgewinnungssystemen haben wir das Reduktionsziel erreicht.

Wie wir Nachhaltigkeit steuern

Unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten steuern wir über einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess nach dem sogenannten PDCA-Zyklus. Er basiert auf einem Vierklang aus Planung, Umsetzung, Überprüfung und Anpassung:

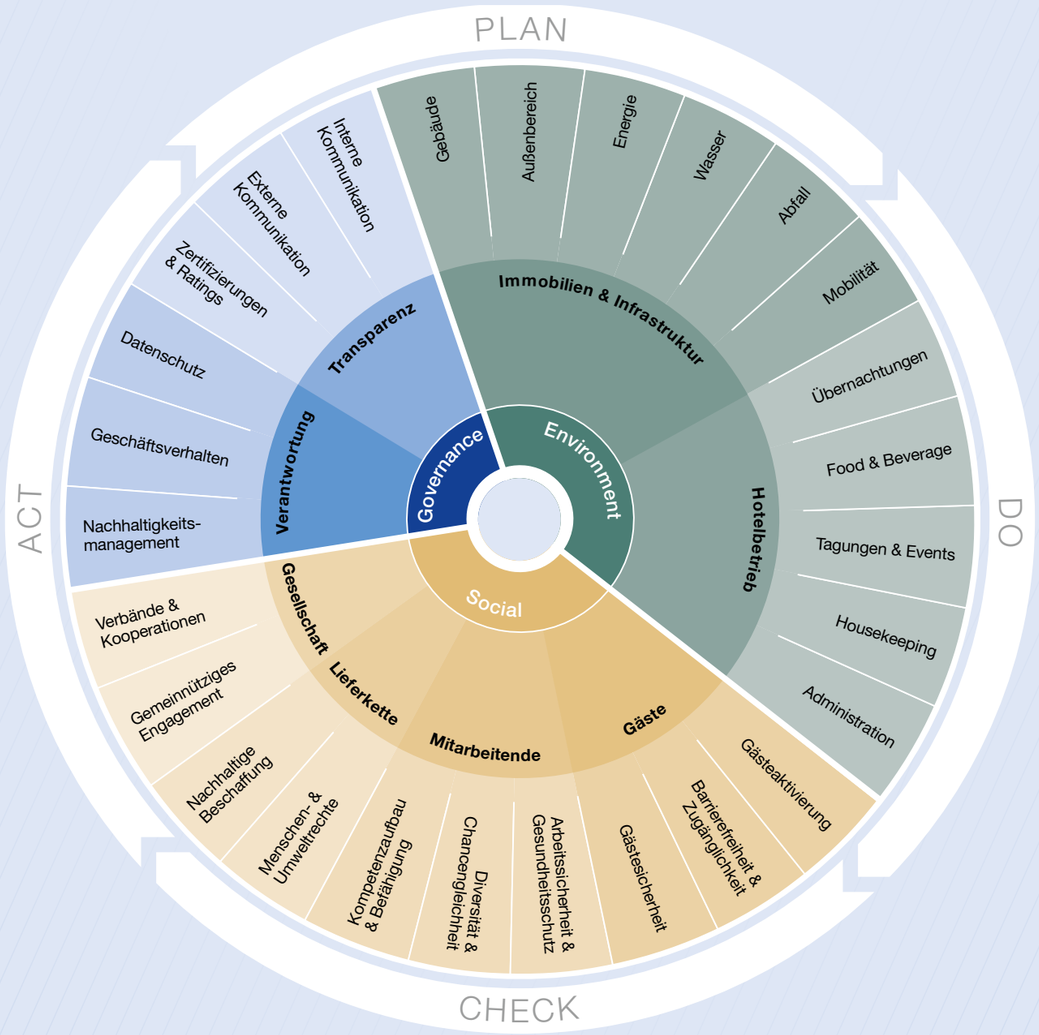
- **Strategische Fundierung („Plan“):** Wir analysieren unsere Ausgangslage, beziehen Stakeholder ein, definieren Ziele und priorisieren Maßnahmen.
- **Maßnahmen umsetzen („Do“):** Wir werden aktiv – mit Investitionen in energieeffiziente Infrastruktur, Projekten in den Bereichen Mitarbeiterentwicklung, nachhaltiger Beschaffung und gesellschaftlichem Engagement.
- **Fortschritt messen („Check“):** Wir überprüfen regelmäßig Fortschritte anhand von Kennzahlen und bewerten die Wirksamkeit unserer Maßnahmen.
- **Anpassen und verbessern („Act“):** Auf Grundlage der Erkenntnisse entwickeln wir Ziele, Maßnahmen und Prozesse kontinuierlich weiter.

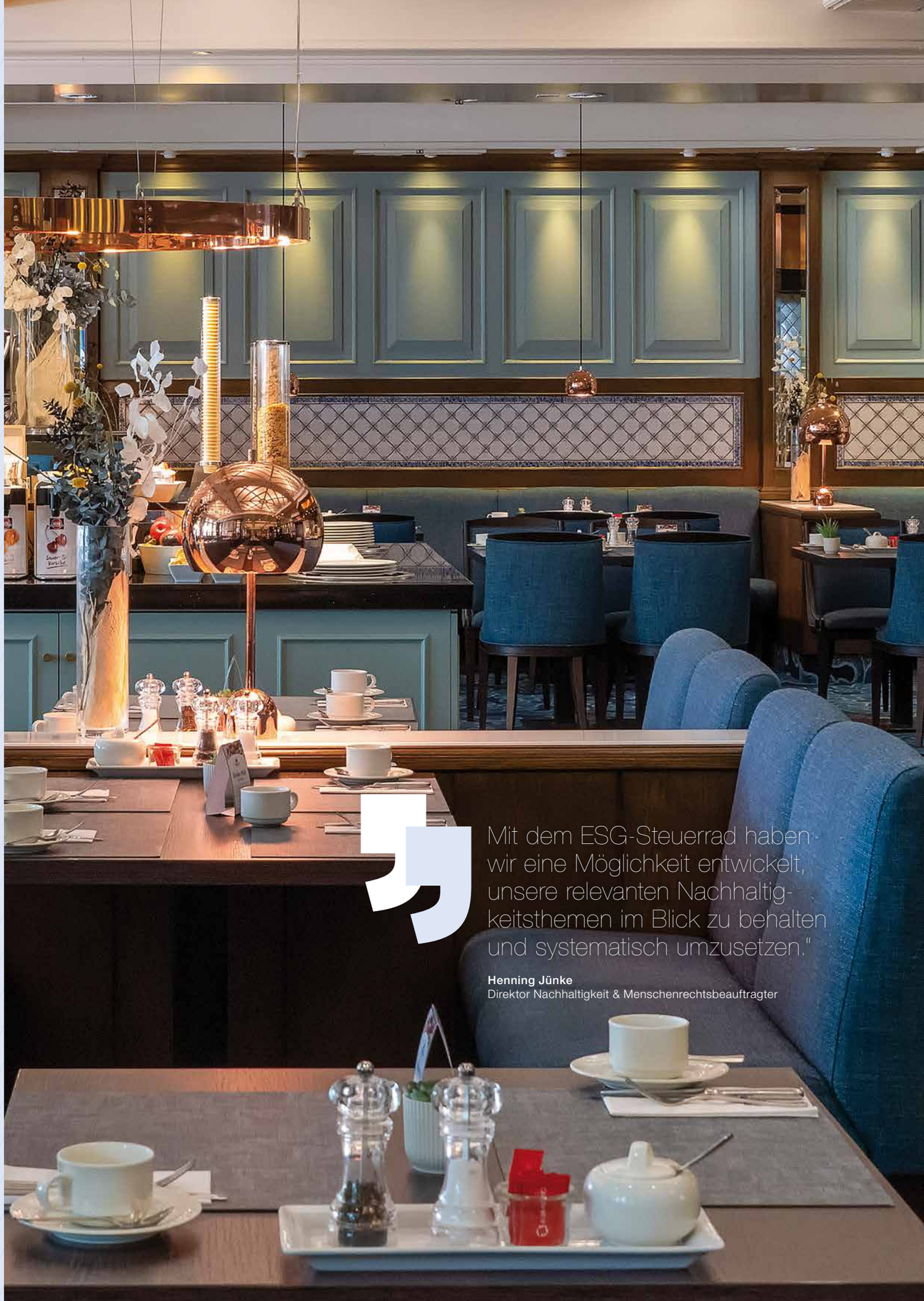
Wie wir Nachhaltigkeit umsetzen

Nachhaltigkeit ist bei Maritim kein abstraktes Ziel, sondern Teil des täglichen Handelns. Viele Maßnahmen sind an unseren Standorten bereits seit Jahren etabliert und werden kontinuierlich weiterentwickelt. Sie zeigen, wie wir strategische Leitlinien in konkrete Projekte und Prozesse übersetzen. Mehr Einblicke geben die folgenden Kapitel.

UNSER **ESG-STEUERRAD**

Drei Ebenen strukturieren unsere Nachhaltigkeitsthemen:
ESG-Cluster (innen), Handlungsfelder (Mitte) und Kategorien (außen).





„Mit dem ESG-Steuerrad haben wir eine Möglichkeit entwickelt, unsere relevanten Nachhaltigkeitsthemen im Blick zu behalten und systematisch umzusetzen."

Henning Jünke
Direktor Nachhaltigkeit & Menschenrechtsbeauftragter

(B1)

GEPRÜFT. BEWERTET. ZERTIFIZIERT.

Anfang 2026 konnten wir die GreenSign Zertifizierung der 24 deutschen Maritim Standorte erfolgreich abschließen.

Die GreenSign Zertifizierung bestätigt, dass unsere Hotels die Anforderungen des Standards in den geprüften ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bereichen erfüllen.

Das Zertifikat wird vom Global Sustainable Tourism Council (GSTC) anerkannt und bewertet Hotels anhand von mehr als 130 Kriterien in zehn Kernbereichen. Unabhängige Auditoren prüfen dabei nicht nur sichtbare Maßnahmen, sondern auch die Abläufe hinter den Kulissen: Heizungskeller, Entsorgungsstationen, Lager- und Kühlräume. Regelmäßige Folgeprüfungen stellen sicher, dass wir unsere Maßnahmen kontinuierlich weiterentwickeln und verbessern.

GREENSIGN HOTEL

Für eine erfolgreiche GreenSign Zertifizierung müssen mindestens 50 Prozent der Anforderungen erfüllt sein. Unsere Standorte haben im ersten Jahr eine Bewertung von durchschnittlich 71 Prozent erreicht. Das ist ein guter Anfang – und zugleich ein konkreter Kompass. Denn die Ergebnisse zeigen uns standortgenau, wo weitere Verbesserungen möglich sind und welche Maßnahmen wir gezielt vorantreiben sollten.

> Umwelt- und Ressourcenschutz haben bei Maritim seit Jahrzehnten einen hohen Stellenwert. Schon bevor Nachhaltigkeit als Thema in der breiten Öffentlichkeit ankam, haben viele unserer Standorte Solarenergie oder Blockheizkraftwerke genutzt, Abfälle verwertet und klimaschonendere Kundenveranstaltungen ermöglicht. Die GreenSign Zertifizierung ist die konsequente Weiterentwicklung dieses Weges."
>
> **Erik van Kessel** Geschäftsführer und Chief Operating Officer (COO)

Unsere Standorte erfüllten im Durchschnitt

71 % der GreenSign-Anforderungen



WAS **GREENSIGN** BEWERTET

Die Prüfung umfasst zehn Kernbereiche – von der Unternehmensführung bis zur ökonomischen Verantwortung:

1 Management & Kommunikation Klare Verantwortlichkeiten und Kommunikation nach innen und außen

2 – 4 Umwelt Energie, Wasser, Abfall: Ressourcenschonung, Reduktionsmaßnahmen und Abfallmanagement

5 Biodiversität & kulturelles Erbe Förderung der Artenvielfalt und Schutz von regionalen Natur- und Kulturgütern

6 Einkauf Regionale Lieferketten, ökologische Produkte und verantwortungsvolle Beschaffungsprozesse

7 Regionalität & Mobilität Stärkung von lokalen Wirtschaftskreisläufen und nachhaltige Mobilitätsangebote

8 Qualitätsmanagement & Entwicklung Kontinuierliche Verbesserung und Innovationsfähigkeit

9 Soziale Verantwortung Gute Arbeitsbedingungen, Mitarbeiterzufriedenheit und gesellschaftliches Engagement

10 Wirtschaftliche Verantwortung Langfristige Stabilität, ethische Geschäftspraktiken und Risikomanagement

RESSOURCEN GEZIELTER EINSETZEN



Übernachtungen, Tagungen, Frühstück, Spa: Hinter jedem unserer Angebote stehen Ressourcen, technische Prozesse und interne Abläufe. Um Umweltwirkungen gezielt zu reduzieren, schauen wir genau hin: Wo entstehen Verbräuche? Wie lassen sich Anlagen effizienter steuern? Und wo können kleine Veränderungen im Alltag große Wirkung entfalten? So schaffen wir die Grundlage für Maßnahmen, die nachweislich wirken, praktikabel bleiben und unsere Servicequalität stärken.

Wie werden aus einzelnen Maßnahmen messbare Erfolge?

Energie & Technik

Was sind die größten Hebel im laufenden Hotelbetrieb? Mehr zu Energiemanagement, Ökostrom und Gebäudetechnik auf **Seite 18.**

Wasser

Wo lässt sich Verbrauch gezielt senken? Mehr zum Wasser-Fußabdruck und zu technischen Sparmaßnahmen auf **Seite 20.**

Abfall & Kreislaufwirtschaft

Wie können wir unsere Ressourcen smarter nutzen? Mehr zu Abfallmanagement, Vermeidung und Wiederverwendung auf **Seite 22.**

Klimaschutz

Woran wird Fortschritt messbar? Mehr zu unseren hotelspezifischen CO_2-Fußabdrücken auf **Seite 28.**

(B2/C2, B3)

ENERGIE & TECHNIK: WIE WIR UNSERE DAUERLÄUFER EFFIZIENTER MACHEN

Ein Hotel steht nie still. Gästezimmer, Veranstaltungsflächen, Küchen und Spa-Bereiche werden verlässlich rund um die Uhr beheizt, gekühlt, belüftet und mit Warmwasser versorgt. Entsprechend sind die größten technischen Verbraucher vielerorts im Dauereinsatz – und jede Effizienzverbesserung wirkt sich unmittelbar auf Energieverbräuche, CO_2-Emissionen und Betriebskosten aus.



GESAMTENERGIEVERBRAUCH IN MWH			
	ERNEUERBARE ENERGIEN	**NICHT ERNEUERBARE ENERGIEN**	**GESAMTVERBRAUCH**
Strom	45.524,35	1.129,21	**46.653,55**
Fernwärme	8.936,63	37.974,64	**46.911,27**
Erdgas	-	31.929,34	**31.929,34**
Sonstiges (Heizöl, Diesel)	-	2.201,55	**2.201,55**
Gesamtverbrauch	**54.460,98**	**73.234,74**	**127.695,71**

Energieverbrauch 2025



60,5 % nicht erneuerbare Energien	73.234,74 MWh
39,5 % erneuerbare Energien	54.460,98 MWh
GESAMTENERGIEVERBRAUCH	**127.695,71 MWh**

Unser Ansatz

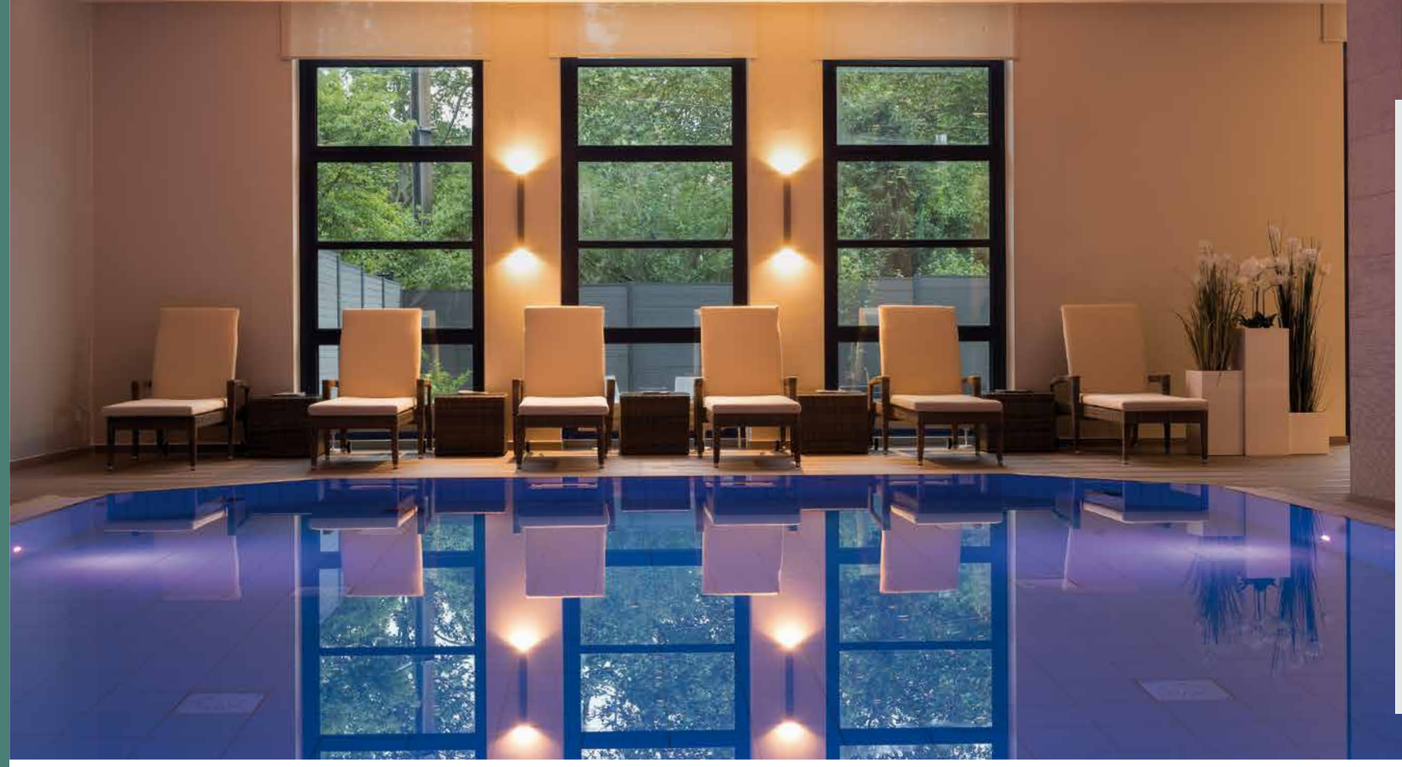
Wir entwickeln die technische Infrastruktur unserer Hotels kontinuierlich weiter. Dazu stellen wir zentrale Anlagen mit gezielten Investitionen schrittweise auf modernere, energieeffizientere Technik um. Grundlage ist unser Energiemanagement: Wir identifizieren systematisch die verbrauchsintensiven Bereiche jedes Standorts und leiten daraus gezielte Maßnahmen ab, die wir auf die Anforderungen im laufenden Hotelbetrieb abstimmen. Alle deutschen Hotels und Verwaltungsstandorte sind nach dem **Energiemanagementsystem ISO 50001 zertifiziert.**

Bei der Wärmeversorgung sind die Handlungsspielräume je nach Standort unterschiedlich: Die meisten Häuser beziehen Fernwärme. In acht Häusern, die ans Erdgasnetz angeschlossen sind, haben wir Blockheizkraftwerke installiert. Diese arbeiten nach dem Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung: Aus dem eingesetzten Erdgas entsteht neben Wärme auch Strom für den Hotelbetrieb. Photovoltaik kommt derzeit an zwei Standorten für die Eigenversorgung zum Einsatz. In der Lüftungstechnik setzen wir an mehreren Standorten bereits auf Wärmerückgewinnung. Weitere Nachrüstungen prüfen und ergänzen wir standortbezogen.

100 %
Ökostrom
an allen deutschen Hotelstandorten seit 2024

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Ökostrom für alle deutschen Standorte:** Seit 2024 sind alle deutschen Standorte auf Ökostrom umgestellt. Dadurch sind unsere CO_2-Emissionen aus eingekaufter Energie deutlich gesunken.
- **Ausbau der Ladeinfrastruktur:** Passend dazu haben wir die E-Ladeinfrastruktur unserer Hotels erweitert. Sämtliche Ladepunkte werden mit Grünstrom betrieben und stehen an einzelnen Standorten nicht nur Hotelgästen, sondern auch externen Nutzer:innen zur Verfügung.
- **Technische Modernisierung:** In Dresden haben wir Kältemaschinen und die Gebäudeleittechnik erneuert. In Stuttgart wurde die Photovoltaikanlage fertiggestellt; außerdem wurden dort Wärmerückgewinnungssysteme installiert. Auch an weiteren Standorten, darunter München, Berlin und Magdeburg, wurden technische Modernisierungen umgesetzt oder begonnen.
- **LED-Umrüstung fortgeführt:** Zeitlose Lampen und Kronleuchter prägen das Ambiente unserer Häuser (siehe dazu auch: Kapitel „Abfall & Kreislaufwirtschaft“, Seite 22). Die Umrüstung unserer Design-Klassiker auf effiziente LED-Beleuchtung ist aufwändig, weil häufig nicht nur Leuchtmittel, sondern auch Fassungen, Dimmertechnik und Steuerung angepasst werden müssen. Dennoch stellen wir die Beleuchtung Schritt für Schritt weiter um.



KENNZAHLEN ZUM WASSERVERBRAUCH	
Wasserentnahme	649.212,03 m³
Wasserverbrauch*	32.549,53 m³

WASSER-FUSSABDRUCK NACH HWMI	
Wasserverbrauch pro belegtem Zimmer (pro Nacht)**	337,81 l
Wasserverbrauch pro belegtem Zimmer (pro Nacht; Cornell CHSB 2026) ZUM VERGLEICH	377,76 l
Wasserbrauch pro Gast (pro Nacht)**	230,42 l
Wasserverbrauch pro m² Veranstaltungsfläche** (pro Stunde)	0,41 l
Wasserverbrauch pro m² Veranstaltungsfläche (pro Stunde, Cornell CHSB 2026) ZUM VERGLEICH	0,63 l

* Der Wasserverbrauch bezieht sich auf die Bewässerung des Golfparks. Dazu wird Wasser aus einem nahegelegenen See verwendet.
** Berechnet auf Basis der HWMI-Methodik der Sustainable Hospitality Alliance zur standardisierten Messung des Wasserverbrauchs in Hotels und diesbezüglicher Berichterstattung. Die Abkürzung steht für Hotel Water Measurement Initiative. Unsere Wasser-Fußabdrücke wurden von der DEKRA geprüft und verifiziert.

Anmerkung zum Kasten
Als Vergleich dienen die Durchschnittswerte deutscher Full-Service-Hotels außerhalb des Resort-Segments aus dem Cornell Hotel Sustainability Benchmarking Index (CHSB) 2026, einem internationalen Branchen-Benchmark für Umweltkennzahlen von Hotels. Die Ausgabe 2026 basiert auf Daten aus dem Jahr 2024.

(B2/C2, B6)

WASSER: VERBRÄUCHE MESSEN UND SENKEN

Wasser ist eine wertvolle Ressource – auch in Deutschland. Heiße, trockene Sommer können regional zu Knappheit und Nutzungskonflikten führen. Im Hotelbetrieb ist der Wasserverbrauch zudem eng mit dem Energieverbrauch verknüpft, etwa wenn Wasser erwärmt, gepumpt oder aufbereitet wird.

Unser Ansatz
Maritim erhebt und analysiert Wasserverbräuche gruppenweit. Seit 2024 berechnen wir zusätzlich nach der branchenspezifischen Hotel Water Measurement Initiative (HWMI), wie viel Wasser auf ein belegtes Zimmer, einen Gast sowie einen Quadratmeter Veranstaltungsfläche pro Stunde entfällt. Diese einheitlichen Bezugsgrößen machen die Werte über unterschiedlich große und ausgelastete Hotels hinweg besser vergleichbar.

Besonders wichtig sind genaue Verbrauchsprofile bei Lastspitzen, etwa wenn viele Gäste morgens oder abends gleichzeitig duschen. Die Anlagen müssen dann zuverlässig Leistung bringen, dürfen aber nicht überdimensioniert sein, weil dies Energieverbräuche erhöhen kann. Exakte Verbrauchsdaten helfen, Wassertechnik effizient auszusteuern und Sparmaßnahmen sinnvoll einzusetzen. Ergänzend verantworten die Standorte ihr Wassermanagement dezentral – inklusive Verbrauchskontrolle und Qualitätssicherung.

Unsere Maßnahmen im Betrieb
- **Spartechnik eingesetzt:** An allen Hotelstandorten nutzen wir wassersparende Armaturen, Durchflussbegrenzungen, Perlatoren, WCs mit Wasserspartaste und Sensortechnik in öffentlichen Bereichen.
- **Gäste einbezogen:** Auch verhaltensbezogene Maßnahmen tragen zur Reduktion bei – etwa Hinweise zum Handtuchwechsel oder die Möglichkeit, im Rahmen von ProTomorrow (siehe Seite 34) auf die tägliche Zimmerreinigung zu verzichten.

338 l Wasserverbrauch
pro belegtem Zimmer pro Nacht – 40 l weniger als der branchenspezifische Durchschnittwert nach Cornell; Berechnungsgrundlage ist der Gesamtwasserverbrauch des Unternehmens.

(B4)

UMWELTSCHUTZ IM BETRIEB

In unserem Hotelbetrieb entstehen keine Schadstoffemissionen in Luft, Wasser oder Boden, für die eine gesetzliche Meldepflicht gegenüber den zuständigen Behörden besteht. Umweltrelevante Themen steuern wir vor allem über standardisierte Prozesse und regelmäßige Prüfungen – etwa beim Umgang mit Abwasser, Fettabscheidern, ölhaltigen Rückständen oder technischen Anlagen. Ergänzend setzen einzelne Bereiche operative Verbesserungen um, zum Beispiel durch den Einsatz von umweltverträglicheren Reinigungsmitteln.

(B2/C2, B7)

ABFALL & KREISLAUFWIRTSCHAFT: VERMEIDEN, TRENNEN, WEITERVERWENDEN

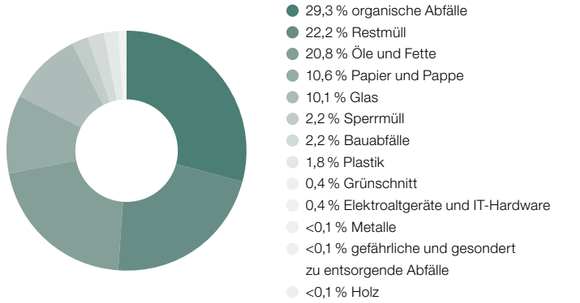
Im Hotelbetrieb entstehen täglich unterschiedliche Abfälle, darunter Verpackungen, Papier, Glas, Lebensmittelreste sowie Sonderabfälle aus technischen Bereichen. Wir wollen diese Stoffströme besser verstehen und gezielter steuern: Abfälle sollen möglichst vermieden, sauber getrennt und Wertstoffe in Verwertungskreisläufe zurückgeführt werden.

Unser Ansatz

Um unser Abfallaufkommen systematisch zu reduzieren, benötigen wir eine aussagekräftige Datengrundlage. Dafür haben wir unsere Erfassung 2025 weiterentwickelt: von einer standortbezogenen Betrachtung der Abfallrechnungen hin zu einem gruppenweiten Monitoring. Dieses umfasst aktuell 13 verschiedene Abfallarten. Wir erfassen die Mengen und werten dabei auch aus, in welchem Umfang Wertstoffe und Lebensmittel wiederverwendet bzw. entsorgt werden.

Parallel haben wir erstmals einen Abfall-Fußabdruck auf Basis der Hotel Waste Measurement Methodology (HWMM) berechnet. Dadurch ist es möglich, Kennzahlen in Relation zur Hotelgröße bzw. zur Belegungsquote zu setzen. Unsere geänderte Erfassungsmethodik zielt darauf ab, die Qualität und Vergleichbarkeit unserer Abfalldaten weiter zu erhöhen.

Abfallarten nach Anteil am Gesamtaufkommen



Organische Abfälle haben den größten Anteil an unserem Abfallaufkommen. Deswegen haben wir 2025 verschiedene Maßnahmen umgesetzt, um ihren Anteil zu reduzieren.

Im operativen Betrieb setzt Maritim zunächst bei der Vermeidung an: Einsatzmengen werden bedarfsgerecht geplant, Verpackungen reduziert und Einwegprodukte schrittweise durch langlebigere oder nachfüllbare Lösungen ersetzt. Wo Abfälle nicht vermieden werden können, steht die saubere Trennung im Mittelpunkt – etwa nach Papier, Glas, Verpackungen, organischen Abfällen, Restmüll und Sonderabfällen.

Ein weiterer Hebel ist die Verlängerung von Nutzungszyklen. Maritim setzt bei der Ausstattung und Möblierung bewusst auf hochwertige, langlebige Materialien. Bestehende Einrichtungsgegenstände werden – sofern möglich – instandgesetzt oder aufgearbeitet, selbst wenn dies im Einzelfall aufwendiger ist als eine Neuanschaffung.

2,90 kg
Abfallmenge pro Zimmer pro Nacht,
bezogen auf den gesamten Hotelbetrieb,
davon Lebensmittelabfälle: 0,85 kg

Unsere Ziele im Abfallmanagement

- Abfälle reduzieren
- Wertstoffe besser trennen
- Materialien möglichst lange nutzen oder in Kreisläufe zurückführen

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Verpackungen reduzieren:** In allen Hotels kommen zunehmend Großgebinde, Mehrwegsysteme und nachfüllbare Spender zum Einsatz. So lassen sich Einwegverpackungen im Gästebereich und im Einkauf vermeiden.
- **Papierverbrauch senken:** Die Kundenkommunikation wird weitgehend digital gestaltet. Das reduziert Drucksachen und unterstützt eine ressourcenschonendere Kommunikation.
- **Wertstoffe trennen:** Abfälle werden an den Standorten nach unterschiedlichen Fraktionen gesammelt, darunter Papier, Glas, Verpackungen, organische Abfälle, Restmüll und Sonderabfälle.
- **Materialien länger nutzen:** Bei Modernisierungen setzt Maritim auf eine langlebige und qualitativ hochwertige Ausstattung. Möbel und Einrichtungsgegenstände werden – wo immer es möglich ist – erhalten, repariert oder aufgearbeitet.





Abfallkennzahlen 2025

Die folgenden Kennzahlen zeigen, welche Abfallarten 2025 angefallen sind und welcher Anteil dem Recycling oder der Wiederverwendung zugeführt wurde. Ergänzend haben wir erstmals einen Abfall-Fußabdruck nach der Hotel Waste Measurement Methodology (HWMM) berechnet.

KENNZAHLEN ZUM ABFALLMANAGEMENT* (B7)

	GESAMTMENGE (IN T)	DAVON RECYCLING ODER WIEDERVERWENDUNG (IN T)
Organische Abfälle	1.531,8	1.531,8
Restmüll	1.161,6	0
Öle und Fette	1.086,6	0
Papier und Pappe	552,7	552,7
Glas	530,7	530,7
Sperrmüll	116,4	0
Bauabfälle	116,1	116,1
Plastik	92,2	0,8
Grünschnitt	21,6	21,6
Metalle	2,1	2,1
Holz	1,0	0,7
Gesamtmenge nicht gefährliche Abfälle	**5.212,8**	**2.756,5**
Elektroaltgeräte und IT-Hardware	20,0	0
Gefährliche und gesondert zu entsorgende Abfälle	1,6	0
Gesamtmenge gefährliche Abfälle	**21,6**	**0**
Gesamtabfallaufkommen	**5.234,4**	**2.756,5**

* Die Angaben zum Recycling basieren auf den Auswertungen unseres Entsorgungsdienstleisters. Kompostierung/Vergärung wird gemäß aktueller Zuordnung als organische Verwertung berücksichtigt.

Anmerkungen zum Kasten

Mit dem branchenspezifischen Ansatz zur Messung von Hotelabfällen lassen sich Abfallmengen für Übernachtungen bzw. Veranstaltungen berechnen. Ein direkt vergleichbarer Branchen-Benchmark liegt aktuell nicht vor und wird daher im Unterschied zu unseren HWMI- und HCMI-Auswertungen (vgl. S. 21 u. 31) nicht angegeben.

ABFALL-FUSSABDRUCK NACH HWMM

Gesamtabfallmenge pro belegtem Zimmer (pro Nacht)	2,90 kg
Lebensmittelabfälle pro belegtem Zimmer (pro Nacht)	0,85 kg
Gesamtabfallmenge pro m²	17,84 kg
Lebensmittelabfälle pro m²	5,18 kg
Recycling- und Verwertungsquote** gesamt	55 %
Recycling- und Verwertungsquote Lebensmittelabfälle**	**100 %**

* HWMM-Methodik der Sustainable Hospitality Alliance zur standardisierten Messung von hotelspezifischen Abfall-Fußabdrücken und diesbezüglichen Berichterstattung. Die Abkürzung steht für Hotel Waste Measurement Methodology. Die ermittelten Abfall-Fußabdrücke wurden von der DEKRA geprüft und verifiziert.
** Die Recycling- und Verwertungsquote (engl. „Diversion Rate“) umfasst die Entsorgungswege Recycling, Kompostierung, biologische Vergärung, Wiederverwendung (Reuse), Spenden, Tierfutter und Vor-Ort-Verbrennung (z. B. Biogasnutzung). Nicht zur Verwertung zählen Deponierung, Müllverbrennung und energetische Verwertung durch Müllverbrennung.

(B2/C2, B7)

LEBENSMITTELABFÄLLE: BESSER PLANEN, WENIGER WEGWERFEN

Das reichhaltige Maritim Frühstücksbuffet mit seiner großen Auswahl an frischen Lebensmitteln gehört für viele Gäste zum Hotelerlebnis. Zugleich unterscheiden sich Essgewohnheiten stark – vom ausgiebigen Brunch bis zum schnellen Kaffee vor dem Meeting. Ebenso stellen Veranstaltungen unsere Küchenchefs vor planerische Herausforderungen. Unser Ziel ist es, den Charakter unseres Angebots zu bewahren und zugleich zu vermeiden, dass Lebensmittel unnötig entsorgt werden.

Unser Ansatz

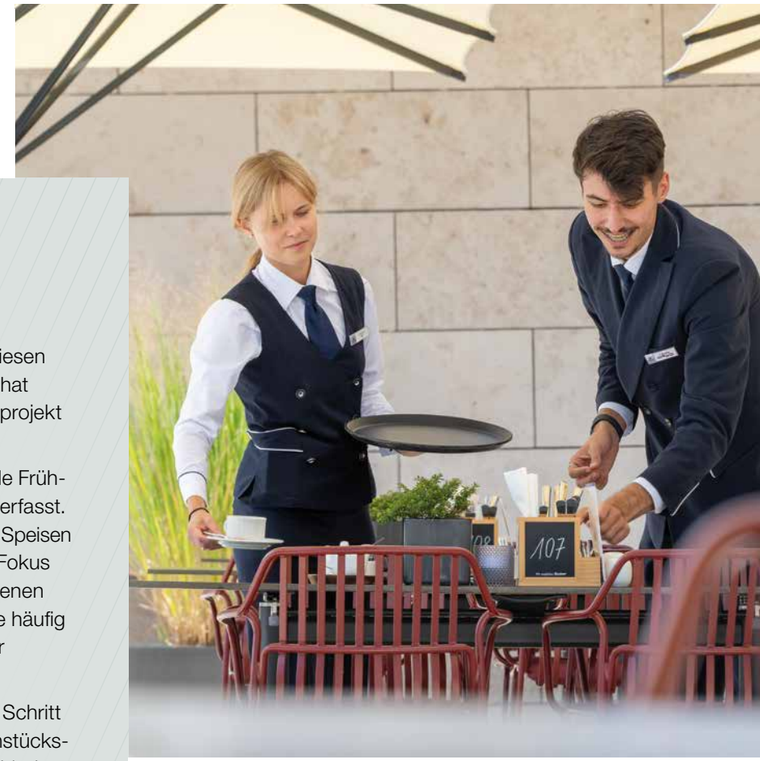
Um Lebensmittelabfälle gezielt zu reduzieren, analysiert Maritim Rückläufe und nicht verbrauchte Speisen im Frühstücks- und Veranstaltungsbereich. Bereits 2018 haben wir gemeinsam mit der Universität Stuttgart untersucht, welche Effekte entstehen, wenn Mitarbeitende die Speisereste eines Buffets erfassen.

Dabei wurde deutlich, dass die bewusste Auseinandersetzung mit Lebensmittelabfällen den Blick für besonders abfallrelevante Produkte schärfte und damit zu einer deutlichen Reduktion von Abfallmengen führte – beispielsweise durch ein bedachteres Nachlegen in der letzten Phase der Frühstückszeit. In einem weiteren Projekt wurden Lebensmittelreste im Veranstaltungsbereich ausgewertet, unter anderem, um zu verstehen, welche Einflussfaktoren auf die Abfallmengen wirken.

Beide Tests zeigten, dass wir unsere Planmengen präziser an Auslastungen, Tageszeiten und Veranstaltungsformate anpassen können. Ganz vermeiden lassen sich Lebensmittelabfälle dennoch nicht: Abweichende Gästezahlen, kurzfristige Änderungen und lebensmittelrechtliche Vorgaben führen dazu, dass Speisen teilweise entsorgt werden müssen. Diese Abfälle werden getrennt erfasst und in der Regel energetisch verwertet.

AUF DEM WEG ZUM VERPACKUNGSFREIEN FRÜHSTÜCK

Das Maritim Frühstücksbuffet ist bereits in weiten Teilen auf den Verzicht von Portionsverpackungen ausgerichtet. So werden z. B. Butter, Nuss-Nougat-Creme und Marmeladen heute über Spender oder offene Lösungen angeboten. Für wenige Ausnahmen suchen wir aktuell nach Alternativen. Unser Ziel ist es, das Frühstücksbuffet so weiterzuentwickeln, dass dabei für den Gast kein Verpackungsmüll mehr entsteht.



EIN DREHBUCH FÜRS BUFFET

Üppiges Buffet, minimale Reste: Um diesen scheinbaren Widerspruch aufzulösen, hat Maritim 2025 ein aufwändiges Küchenprojekt durchgeführt.

In ausgewählten Hotels wurden zentrale Frühstücksartikel nach Menge und Kosten erfasst. Zusätzlich wurde dokumentiert, welche Speisen nach dem Frühstück übrigblieben. Im Fokus standen insbesondere Produkte, bei denen größere Rückläufe entstanden oder die häufig nachgelegt wurden – etwa Rührei oder Brötchen.

Aus den Ergebnissen soll im nächsten Schritt ein Drehbuch für unterschiedliche Frühstückssituationen entstehen: Welche Unterschiede gibt es zwischen Business- und Freizeitgästen? Wann sollte noch einmal nachgelegt werden – und wann ist Zurückhaltung sinnvoller? Neben der besseren Planbarkeit steht vor allem die Sensibilisierung der Mitarbeitenden im Mittelpunkt.

> Eine pauschale Planzahl pro Gast hilft uns nicht dabei, Lebensmittelabfälle zu reduzieren. Entscheidend ist, die jeweilige Gästestruktur zu verstehen: Wer ist im Haus, wann wird gegessen, welches Veranstaltungsformat findet statt?“

Michael Arndt Küchendirektor / Chef de Cuisine
Konzernfachbereichsleiter Küche Maritim Hotels

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Buffetplanung verbessern:** Auf Basis der Analysen arbeitet Maritim daran, Planmengen stärker an Auslastung, Gästestruktur, Tageszeit und Veranstaltungsformat anzupassen. Besonders wichtig ist dabei die Frage, wann und in welchem Umfang nachbestückt wird.
- **Frühstückskonzept weiterentwickeln:** Maritim entwickelt das Frühstücksangebot kontinuierlich weiter – mit mehr Frische, neuen veganen und vegetarischen Angeboten und weniger Portionsverpackungen. Ziel ist es, den Charakter des reichhaltigen Frühstücks zu erhalten und zugleich Lebensmittel- und Verpackungsabfälle zu reduzieren.
- **Mitarbeitende sensibilisieren:** Die Auswertung von Rückläufen macht nicht nur Mengen sichtbar, sondern auch den finanziellen Wert entsorgter Lebensmittel. Das schärft im Küchenalltag den Blick dafür, welche Produkte besonders sorgfältig geplant werden sollten.

(B2/C2, B3/C3)

KLIMASCHUTZ: VOM FUSSABDRUCK ZUM ZIELPFAD

Grünstrom, Plastikvermeidung, nachhaltige Servicekonzepte – Klimaschutz ist das Ergebnis vieler Entscheidungen im Hotelbetrieb. Mit unserer Klimastrategie bündeln wir diese Entscheidungen erstmals in einem unternehmensweiten Zielpfad. So wird klarer, welche Maßnahmen besonders wirksam sind, wie sie ineinandergreifen und welchen Beitrag sie zu unseren langfristigen Klimazielen leisten.

Unser Ansatz

Unsere Klimaziele basieren auf wissenschaftlich fundierten Reduktionspfaden und stehen in Einklang mit dem Pariser Klimaabkommen. Klimaneutralität bedeutet für uns, dass wir unsere Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) so weit wie möglich vermeiden und reduzieren. Nur unvermeidbare Restemissionen sollen künftig durch sogenannte Carbon Removals ausgeglichen werden – das sind Maßnahmen, mit denen CO_2-Emissionen gezielt aus der Atmosphäre entfernt und langfristig gespeichert oder gebunden werden.

Mit unserem langfristigen Klimaziel fokussieren wir uns auf Emissionen, die wir selbst verursachen oder direkt beeinflussen können – etwa durch den Betrieb unserer Heizungsanlagen (Scope 1) oder den Bezug von Strom (Scope 2). In der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3) sind unsere Steuerungsmöglichkeiten dagegen begrenzt. Dort machen landwirtschaftlich bedingte THG-Emissionen einen wesentlichen Teil der Klimawirkung aus, insbesondere die Erzeugung tierischer Lebensmittel. Über bewusstere Einkaufsentscheidungen, den Umgang mit Lebensmitteln und die Zusammenarbeit mit Lieferanten können wir jedoch auch hier wichtige Impulse setzen.

„Klimadaten systematisch zu erheben, ist ein wichtiger Schritt für mehr Transparenz. Wir sehen genauer, wo unsere größten Hebel liegen. Das hilft uns, ambitioniert zu bleiben – und zugleich realistisch im laufenden Hotelbetrieb."

Bianca Wehner Nachhaltigkeitsmanagerin



Unsere Maßnahmen im Betrieb

Viele Aktivitäten auf dem Weg zu einem bewussteren Umgang mit Ressourcen haben wir bereits in den vorherigen Kapiteln beschrieben – allen voran der reduzierte Einsatz fossiler Brennstoffe und ein verantwortungsvollerer Umgang mit Lebensmitteln. Weitere Hebel liegen in einer Beschaffung, die neben dem Preis von Waren auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt (vgl. Seite 45).

Mit unserer Klimastrategie führen wir diese Ansätze zusammen und bewerten sie nach einheitlichen Kriterien. Dazu gehören Maßnahmen, die neu angestoßen werden, ebenso wie Aktivitäten, die wir schon seit vielen Jahren verfolgen. Entscheidend ist, welchen Beitrag sie zu unserem Zielpfad leisten, wie gut sie technisch umsetzbar sind, wie sie finanziert werden können und in welchem Zeitraum eine Realisierung möglich ist. Für die erforderlichen Maßnahmen haben wir zudem den Investitionsbedarf, die voraussichtlichen Kosten und die notwendigen personellen Ressourcen abgeschätzt. Entstanden ist ein von der Geschäftsführung freigegebener Fahrplan, der den Weg zur Klimaneutralität mit den praktischen Anforderungen eines laufenden Hotelbetriebs verbindet.

Es ist uns wichtig, dass unser Vorgehen nicht nur ambitioniert ist, sondern auch korrekt hergeleitet, berechnet und plausibel ist. Deshalb haben wir unsere THG-Bilanz, die CO_2-Fußabdrücke, Klimaziele und den zugrunde liegenden Umsetzungsplan von der DEKRA als unabhängigem Prüfinstitut verifizieren lassen.

UNSERE **KLIMAZIELE**

Wissenschaftsbasiert und mit dem Pariser Klimaabkommen kompatibel

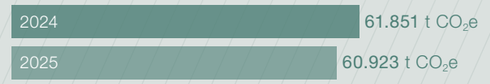
Bis 2033 **– 55 %** in Scope 1 und 2 THG-Emissionen

– 32,5 % in Scope 3 THG-Emissionen

Bis 2045 Klima-**Neutralität** in Scope 1 und 2

Bisher erreicht:

– 7 % THG-Emissionen (gesamt)



Anmerkungen zu den Kästen

Grundlage für die Ermittlung unserer THG-Emissionen ist das GHG Protocol. Die Auswertung zeigt, welche Bereiche besonders stark zur Klimawirkung beitragen – darunter unser Wärmeverbrauch sowie eingekaufte Waren und Dienstleistungen.

Standort- und marktbasierte Berechnung

Die standortbasierte Berechnung beruht auf den durchschnittlichen Emissionswerten der Energieversorgung an unseren Standorten. Der Bezug von Ökostrom bleibt dabei unberücksichtigt. Deshalb weisen wir zusätzlich den marktbasierten Wert aus: Er berücksichtigt die von Maritim vertraglich beschaffte Energie und bildet damit auch unsere Einkaufsentscheidung ab, unsere Standorte seit 2024 mit Ökostrom zu versorgen.

THG-EMISSIONEN 2025 NACH GHG PROTOCOL (B3/C3)	
	in tCO_2e
Scope 1	8.608
Scope 2 (standortbasiert)	23.054
Scope 2 (marktbasiert)	6.837
Scope 3	45.478
→ Davon eingekaufte Waren und Dienstleistungen	32.402
→ Davon Investitionsgüter (Anlagen)	1.791
→ Davon brennstoff- und energiebezogene Emissionen	8.722
→ Davon vorgelagerter Transport	318
→ Davon Entsorgung	987
→ Davon Geschäftsreisen	24
→ Davon Pendeln der Mitarbeitenden	1.234
Gesamt (standortbasiert)	**77.140**
Gesamt (marktbasiert)	**60.923**



TREIBHAUSGASBILANZ nach GHG-P DEKRA

Zertifikat

Für den Zeitraum 01.01.2025 bis 31.12.2025 bestätigt DEKRA Assurance Services GmbH als unabhängiger Partner die Treibhausgasbilanz des Unternehmens:

Maritim Hotelgesellschaft mbH

Herforder Straße 2, 32105 Bad Salzuflen

Die Treibhausgasbilanz umfasst die in **Anhang A** aufgeführten Standorte. Die Prüfung umfasste alle Emissionen aus Scope 1, Scope 2 und Scope 3 und wurde mit *limited assurance* durchgeführt.

Die Treibhausgasbilanz des Unternehmens beträgt gemäß den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocols:

	Marktbasiert	Standortbasiert
Summe:	**60.923,49 t CO_2e**	**77.140,07 t CO_2e**
Scope 1:	8.607,75 t CO_2e	8.607,75 t CO_2e
Scope 2:	6.837,26 t CO_2e	23.053,84 t CO_2e
Scope 3*:	45.478,48 t CO_2e	45.478,48 t CO_2e

Die Überprüfung der Treibhausgasbilanz erfolgte in Anlehnung an den AA1000 Assurance Standard (AA1000AS v3, 2020) Typ 2 unter Verwendung geeigneter Überprüfungsmethoden wie dem Sichten von Nachweisdokumenten, Inspektion der Berechnungsdatei und der Prüfung der zugehörigen Dokumentation. Die im Rahmen der *limited assurance* durchgeführten Prüfhandlungen ergeben keine Anhaltspunkte dafür, dass die Bilanz nicht korrekt nach dem „The Greenhouse Gas Protocol – A Corporate Accounting and Reporting Standard (überarbeitete Ausgabe)" sowie dem „The Greenhouse Gas Protocol – Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard" berechnet wurde.

Folgende Angaben wurden von DEKRA Assurance Services GmbH überprüft:
- Stichprobenartige Überprüfung der Datenbasis
- Berechnung der Treibhausgasemissionen in Scope 1, Scope 2 und Scope 3

Weitere Informationen finden sich im zur Berechnung gehörigen Verification Statement.

Stuttgart, den 10.08.2025 — Zertifikatsnummer: 990826242

DEKRA Assurance Services GmbH
Simona Gläser - Director

ppa.
DEKRA Assurance Services GmbH
Peter Paul Ruschin - Head of Sustainability Service

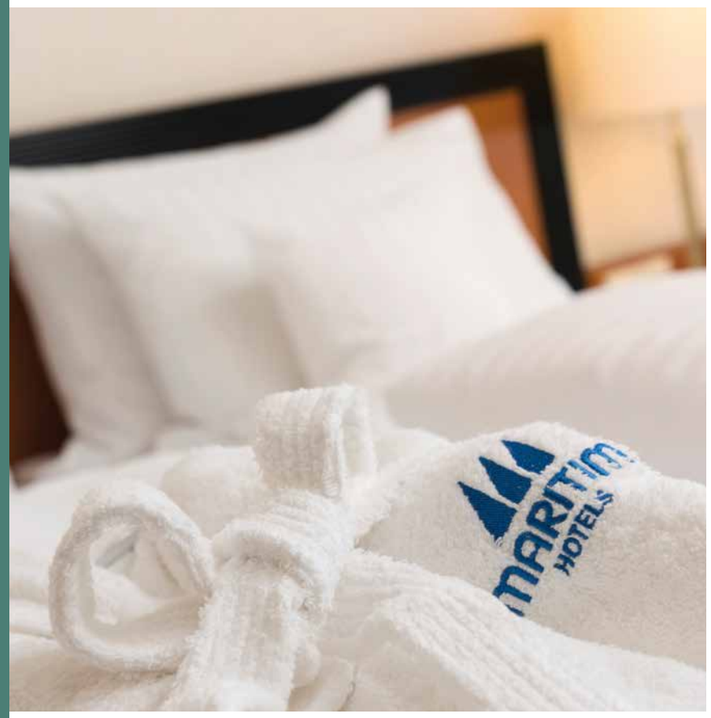
*In Scope 3 wurden folgende Kategorien bilanziert: 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7. Die Kategorien 3.8, 3.9, 3.10, 3.11, 3.12, 3.13, 3.14 und 3.15 wurden nachvollziehbar ausgeschlossen.

Page 1/2

DEKRA Assurance Services GmbH
Handwerkstraße 15 – 70565 Stuttgart – Germany

8,11 kg CO_2e

betrug der CO_2-Fußabdruck 2025 pro belegtem Zimmer pro Nacht – der durchschnittliche Branchen-Kennwert lag bei 21,26 kg CO_2e. Grundlage für die Berechnung sind die Gesamtemissionen des Unternehmens.



Verteilung der Emissionen nach Scopes



25 % Scope 1 + 2 ● 75 % Scope 3

Der größte Teil unserer bilanzierten Emissionen entsteht in Scope 3 – und damit in Bereichen, die außerhalb unserer direkten Kontrolle sind. Auch in Scope 1 und 2 haben wir wirksame Hebel identifiziert, allen voran den sukzessiven Wechsel zu CO_2-ärmeren Strom- und Wärmeversorgungsalternativen. Dabei ist es ein Vorteil, dass sich rund zwei Drittel unserer Immobilien Immobilien in Eigenbesitz befinden.

CO_2-Fußabdrücke nach HCMI

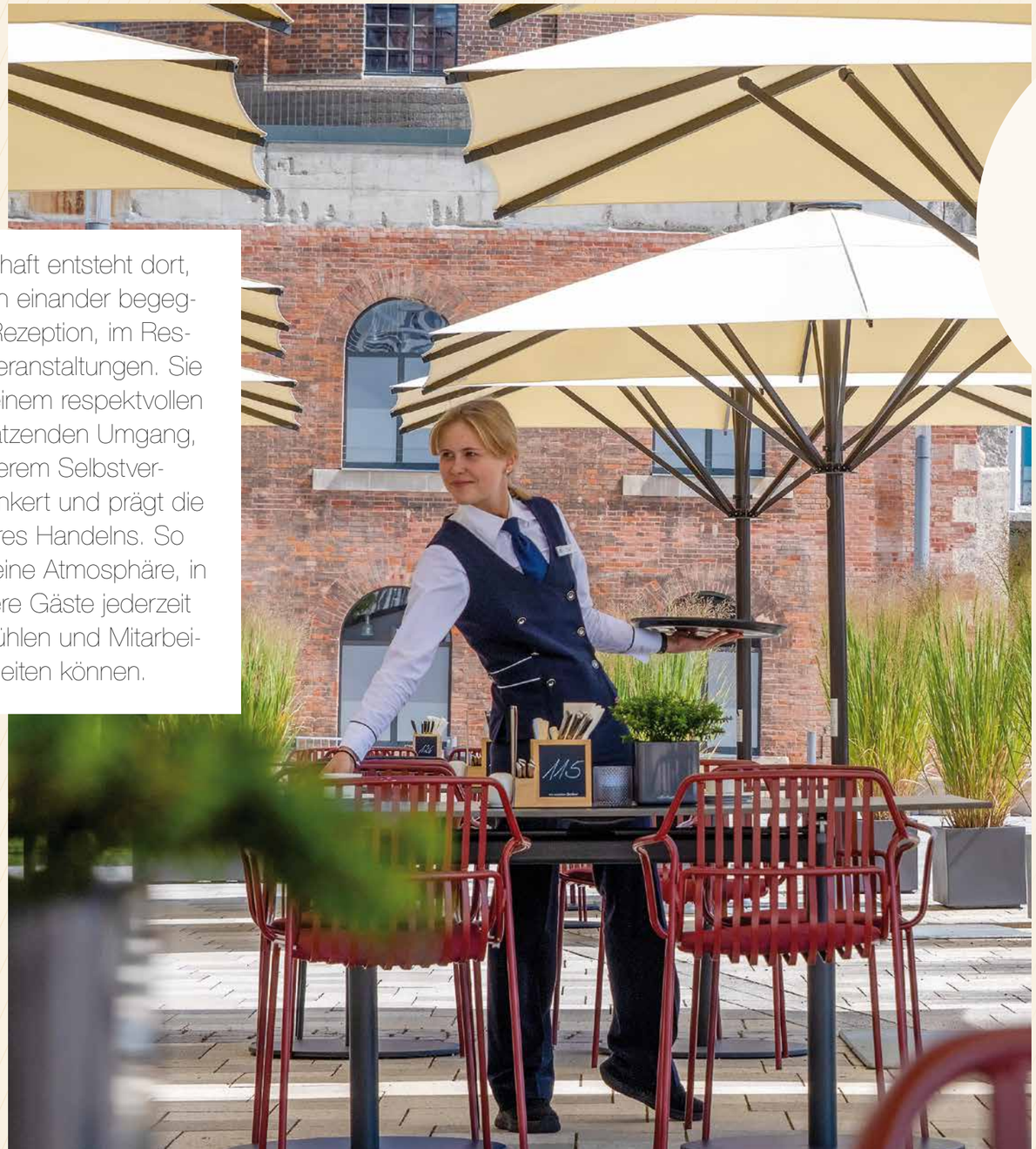
Neben unserer gruppenweiten Treibhausgasbilanz berechnen wir nach der branchenspezifischen Hotel Carbon Measurement Initiative (HCMI) leistungsbezogene CO_2-Fußabdrücke für Übernachtungen und Veranstaltungen. Die einheitlichen Bezugsgrößen machen die Werte über unterschiedlich große und ausgelastete Hotels hinweg besser vergleichbar. Als Vergleich dienen die grau hinterlegten Durchschnittswerte deutscher Full-Service-Hotels außerhalb des Resort-Segments aus dem Cornell Hotel Sus-tainability Benchmarking Index (CHSB) 2026, einem internationalen Branchen-Benchmark für Umweltkennzahlen von Hotels. Die Ausgabe 2026 basiert auf Daten aus dem Jahr 2024.



CO_2-FUSSABDRÜCKE NACH HCMI*		
CO_2-Fußabdruck pro belegtem Zimmer (pro Nacht)		8,11 kg CO_2e
CO_2-Fußabdruck pro belegtem Zimmer (pro Nacht; Cornell CHSB 2026)	ZUM VERGLEICH	21,26 kg CO_2e
CO_2-Fußabdruck pro m^2 Veranstaltungsfläche (pro Stunde)		**0,0181 kg CO_2e**
CO_2-Fußabdruck pro m^2 Veranstaltungsfläche (pro Stunde; Cornell CHSB 2026)	ZUM VERGLEICH	0,0339 kg CO_2e

* HCMI-Methodik der Sustainable Hospitality Alliance zur standardisierten Messung von hotelspezifischen CO_2-Fußabdrücken und zur diesbezüglichen Berichterstattung. Die Abkürzung steht für Hotel Carbon Measurement Initiative. Unsere CO_2-Fußabdrücke sind von der DEKRA geprüft und verifiziert.

WERTSCHÄTZUNG ALS GRUNDPRINZIP



Gastfreundschaft entsteht dort, wo Menschen einander begegnen: an der Rezeption, im Restaurant, bei Veranstaltungen. Sie zeigt sich in einem respektvollen und wertschätzenden Umgang, ist fest in unserem Selbstverständnis verankert und prägt die Qualität unseres Handelns. So schaffen wir eine Atmosphäre, in der sich unsere Gäste jederzeit willkommen fühlen und Mitarbeitende gut arbeiten können.

Welche Facetten sozialer Verantwortung sind für uns relevant?

Gästeaktivierung

Mit klaren Entscheidungen die Umwelt schonen? Mehr zu unserer Nachhaltigkeitsinitiative ProTomorrow und dem Anspruch, Komfort und Nachhaltigkeit im Service zu verbinden, auf **Seite 34.**

Diversität & Chancengleichheit

Wie schaffen wir verlässliche Rahmenbedingungen in einem vielfältigen Arbeitsumfeld? Mehr zu Beschäftigtenstruktur, Tarifbindung, Mitbestimmung und Diversität auf **Seite 36.**

Kompetenzaufbau & Befähigung

Was brauchen Mitarbeitende für ihren individuellen Karriereweg? Mehr zur Maritim Academy, Mitarbeitendenzufriedenheit sowie zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz auf **Seite 40.**

Menschen- & Umweltrechte

Wie wirkt soziale Verantwortung über den eigenen Hotelbetrieb hinaus? Mehr zu Menschenrechten, Beschwerdewegen und nachhaltiger Beschaffung auf **Seite 44.**

(B5, C2)

GÄSTE: BEWUSSTES HANDELN LEICHT GEMACHT

Herausragender Service ist unser Aushängeschild. Wir wollen, dass unsere Gäste den Namen Maritim mit komfortablen Aufenthalten, verlässlicher Qualität und freundlichem Personal verbinden. Unsere nachhaltigen Angebote schließen an diesen Anspruch an. Sie sind im Hotelalltag leicht erkennbar und einfach zu nutzen. So wird Nachhaltigkeit zu einem selbstverständlichen Teil des Maritim Erlebnisses.

MIT „PROTOMORROW“ AKTIV WERDEN

ProTomorrow verknüpft eine einfache Entscheidung im Hotelzimmer mit regionalem Engagement: Gäste können sich bei mehrtägigen Aufenthalten täglich neu entscheiden, ob sie eine Zimmerreinigung wünschen oder nicht. Dafür erhalten sie ein kleines Dankeschön und sorgen dafür, dass die jeweiligen Maritim Hotels lokale Umwelt-, Bildungs- oder Sozialprojekte unterstützen.

Die von den Hotels selbst ausgewählten Projekte zeigen, wie breit das Engagement angelegt ist: Maritim Hotels fördern u. a. Umwelt- und Klimabildung für Schulklassen und Kindergärten, lokale Naturschutz- und Bienenprojekte sowie diverse soziale Einrichtungen, darunter Kinderhospize und Nothilfen.

Unser Ansatz

Maritim setzt dort an, wo Gäste während ihres Aufenthalts die Gelegenheit haben, durch kleine Verhaltensänderungen Ressourcen zu schonen. Dazu gehören gut sichtbare Informationen im Hotel, Mitmachangebote auf den Zimmern und Initiativen an den Standorten. Wichtig ist uns dabei, dass Nachhaltigkeit zum Serviceversprechen passt: verständlich, freiwillig und ohne Komfortverlust für die Gäste.

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Zimmerreinigung auf Wunsch:** Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsinitiative ProTomorrow (siehe Infokasten) können Gäste bei mehrtägigen Aufenthalten auf die tägliche Zimmerreinigung inklusive Handtuchwechsel verzichten und damit gemeinnützige Projekte vor Ort unterstützen.
- **Ressourcen schonen:** Wasserspartasten, Nachfüllsysteme im Bad und die Umstellung auf Großgebinde in der Gastronomie helfen dabei, Wasserverbräuche, Produkteinsätze und Abfälle zu reduzieren.



Verschiedene Hotelstandorte unterstützen die Biodiversität in ihren Außenanlagen durch die Zusammenarbeit mit lokalen Imkern, eigene Bienenstöcke oder die Installation von Insektenhotels.





Das Maritim Hotel Bonn unterstützt im Rahmen von ProTomorrow den ASB Wünschewagen Rheinland, der schwerstkranke Menschen gut umsorgt an ihren Lieblingsort bringt.

(B5)

BIODIVERSITÄT VOR ORT

Einige Maritim Häuser befinden sich in naturnahen Lagen – etwa an Küsten, Flüssen und Schutzgebieten oder in Parks (mehr Details im Anhang, Seite 57). Der reguläre Hotelbetrieb berührt diese Lebensräume nicht unmittelbar. Wo Außenarbeiten, Umbauten, Beleuchtung, Lärm oder Mobilität Auswirkungen auf das Umfeld haben können, beachtet Maritim die geltenden Auflagen.

Darüber hinaus unterstützen einzelne Hotels Projekte, die die Artenvielfalt vor Ort fördern. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der naturnahen Gestaltung der Grünflächen. Mehrere Häuser arbeiten dazu zum Beispiel mit regionalen Imkereien zusammen, fördern Bienenprojekte oder machen das Thema für Gäste sichtbar. So greifen wir Biodiversität gezielt dort auf, wo Hotels mit ihrem lokalen Umfeld verbunden sind.

30 %
unserer Gäste
mit mehrtägigem Aufenthalt beteiligen sich durchschnittlich an ProTomorrow

- **Nachhaltige Angebote sichtbar machen:** Informationen im Zimmer, an der Rezeption oder in öffentlichen Bereichen zeigen, welchen Einfluss bewusstes Handeln im Alltag hat – vom optionalen Handtuchwechsel bis zur vegetarischen und veganen Vielfalt auf der Speisekarte.
- **Nachhaltige Mobilität unterstützen:** Mit Grünstrom versorgte E-Ladesäulen an den Standorten erleichtern Gästen mit Elektrofahrzeug die Anreise und verbinden Servicekomfort mit klimaschonender Mobilität.

(B8, B10, C2, C5, C9)

DIVERSITÄT & CHANCENGLEICHHEIT: VIELFALT FAIR GESTALTEN

3.653
Mitarbeitende in Deutschland

2.924
Vollzeit-äquivalente

91 Prozent
tarifgebundene Beschäftigte

19,3 Prozent
Fluktuationsrate

107
Nationalitäten in der Belegschaft

Professionell, freundlich, lösungsorientiert: Unsere Mitarbeitenden sind das Fundament unseres Erfolgs, weil sie mit ihrem Wirken jeden Tag prägen, wie Gäste Maritim erleben. Deshalb schaffen wir eine Arbeitsumgebung, in der unsere Fach- und Führungskräfte ihre Aufgaben gut erfüllen, Verantwortung übernehmen und ihre Stärken einbringen können. Neben einer fairen Vergütung legen wir Wert auf Chancengerechtigkeit, Mitbestimmung und ein respektvolles Miteinander.

Unser Ansatz

Maritim schafft verlässliche Rahmenbedingungen für die Arbeit im Hotelbetrieb. Grundlagen dafür sind unser Unternehmensleitbild, tarifliche Regelungen des Hotel- und Gaststättengewerbes sowie standortspezifische Vereinbarungen für den Arbeitsalltag. Mehr als 90 Prozent der Mitarbeitenden sind tarifgebunden; eine untertarifliche Bezahlung gibt es bei Maritim nicht.

Gleichzeitig wollen wir ein Arbeitsumfeld gestalten, in dem unterschiedliche Lebens- und Arbeitsmodelle Platz haben. Teilzeitstellen, Mitbestimmung an vielen Standorten und klare Grundsätze gegen Diskriminierung, Mobbing, herabwürdigendes Verhalten, Gewalt und Belästigung sind dafür wichtige Bausteine.

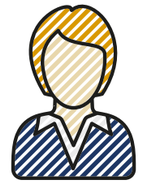


MITARBEITENDE NACH ART DER BESCHÄFTIGUNG (B8)

	FRAUEN	MÄNNER	GESAMT
Mit unbefristetem Vertrag	1.064	924	1.988
Mit befristetem Vertrag	559	384	943
→ Davon Auszubildende	424	250	674
→ Davon Nicht-Auszubildende	135	134	269
Aushilfen/Minijobs	377	345	722
Gesamtzahl	**2.000**	**1.653**	**3.653**

Zusätzlich setzte Maritim Zeitarbeitskräfte im Umfang von 500 Vollzeitäquivalenten ein. Sie unterstützten die Hotels vor allem bei saisonalem Mehrbedarf im Housekeeping, im Veranstaltungsmanagement und beim Frühstücksbuffet. Die personelle Unterstützung hilft, Arbeitsspitzen aufzufangen. Damit trägt Maritim dazu bei, Überlastungen vorzubeugen und die Gesundheit der Mitarbeitenden zu schützen.

50,7 %
weibliche Abteilungsleitungen



In der Hoteldirektion sind 29,2 % der Angestellten weiblich

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Tarifliche Standards umsetzen:** Die Hotelstandorte wenden die jeweiligen regionalen Tarifverträge für das Hotel- und Gaststättengewerbe an. Diese regeln neben der Vergütung auch weitere Leistungen wie Urlaubsgeld und Sonderurlaub.
- **Zusatzleistungen bieten:** Maritim ergänzt die tariflichen Regelungen durch weitere Benefits, etwa Weihnachtsgeld, vergünstigte Übernachtungen, Zuschüsse zum Deutschlandticket, Nachtzuschläge, Fahrtgeld sowie teilweise Kindergartenzuschüsse.
- **Mitbestimmung ermöglichen:** In 16 von 24 Häusern vertreten Betriebsräte die Interessen der Mitarbeitenden und fördern den Austausch zu betrieblichen Themen.
- **Gleichbehandlung stärken:** Maritim tritt Diskriminierung, Mobbing, herabwürdigendem Verhalten, Gewalt und Belästigung entschieden entgegen. Hinweise können über das Beschwerdemanagement (siehe Seite 50) aufgenommen und bearbeitet werden.

(B8, C5, C9)

GESCHLECHTERVERTEILUNG IN DEN FÜHRUNGSEBENEN

Aufsichtsrat



Weiblich	5 Personen	41,7 %
	Davon 4 Arbeitgebervertreter	
	Davon 1 Arbeitnehmervertreter	
Männlich	7 Personen	58,3 %
	Davon 2 Arbeitgebervertreter	
	Davon 5 Arbeitnehmervertreter	

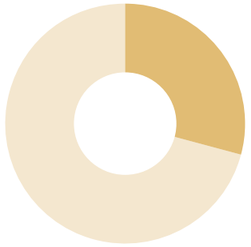
GESCHLECHTERVERHÄLTNIS **1 : 1,4**

Geschäftsführung

Weiblich	0 Personen	0 %
Männlich	2 Personen	100 %

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS **0 : 1**

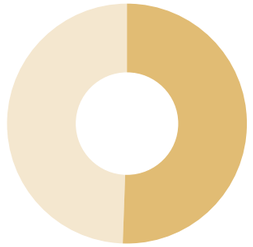
Direktion (Hotel, Verwaltung)



Weiblich	14 Personen	29,2 %
Männlich	34 Personen	70,8 %

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS **1 : 2,4**

Abteilungsleitung*



Weiblich	106 Personen	50,7 %
Männlich	103 Personen	49,3 %

GESCHLECHTERVERHÄLTNIS **1 : 1**

* In den Bereichen: Reservierung, Frontoffice, Housekeeping, Spa/Wellness, Finanzbuchhaltung, Human Resources/Personal, Verwaltung, Technik, Service, Küche, Stewarding, Food & Beverage, Group and Convention Management.

ALTERSSTRUKTUR DER BESCHÄFTIGTEN

Altersstruktur 2025

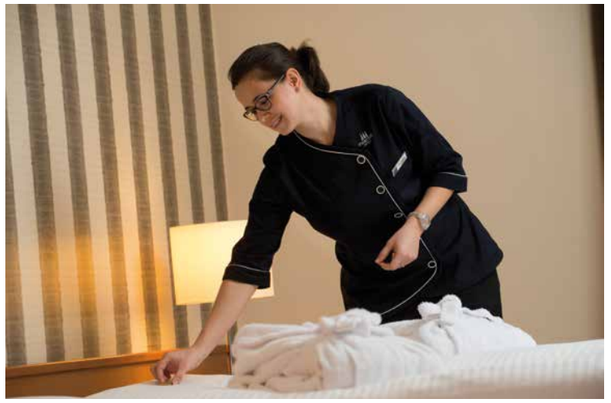


< 30 Jahre	1.520 Personen	41,6 %
30 bis 50 Jahre	1.214 Personen	33,2 %
> 50 Jahre	919 Personen	25,2 %

ALTERSDURCHSCHNITT **38,0**







(B10, C2)

KOMPETENZAUFBAU: KARRIERE NACH (EIGENEM) PLAN

Viele Mitarbeitende halten Maritim über Jahrzehnte die Treue. Die hohe Anzahl an erfahrenem, hervorragend ausgebildetem Personal prägt unsere Unternehmenskultur und ist eine wichtige Grundlage für die gewachsene Servicequalität in unseren Hotels. Diese Erfahrung wollen wir bewahren und zugleich Raum für neue Impulse schaffen.

Unser Ansatz

Maritim fördert Qualifikation und Entwicklung auf vielfältige Weise. Die Grundlage bilden regelmäßige Mitarbeitendengespräche, bei denen Feedback gegeben wird und auch individuelle Karrierewünsche und -möglichkeiten thematisiert werden. Die Angebote unserer unternehmenseigenen Maritim Academy richten sich an Mitarbeitende in verschiedenen Funktionen und mit diversen Erfahrungsstufen.

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Entwicklungsgespräche führen:** Die jährlichen Gespräche verbinden Feedback, Leistung, Gehaltsentwicklung, Karriereoptionen und passende Qualifizierungsmaßnahmen.
- **Interne Karrierewege fördern:** Führungspositionen werden nach Möglichkeit intern besetzt. Viele leitende Funktionen und Hoteldirektionen werden von langjährigen Mitarbeitenden ausgefüllt.
- **Weiterbildung anbieten:** Die Maritim Academy bündelt interne und externe Weiterbildungsangebote – von Fachseminaren zu Gästekommunikation, Weinberatung oder technischen Systemen bis hin zu Führungskräftetrainings.
- **Austausch ermöglichen:** Präsenzformate in der Maritim Academy und die interne Kommunikationsplattform MAP fördern den Austausch zwischen Standorten und Teams.
- **Zufriedenheit messen:** Maritim erhebt jährlich die Mitarbeitendenzufriedenheit. Die Ergebnisse fließen in die Weiterentwicklung des Arbeitsumfelds ein und werden bei erkennbarem Handlungsbedarf mit den zuständigen Verantwortlichen besprochen.

Durchschnittliche Weiterbildungsstunden pro Jahr



4,1
Frauen



3,6
Männer

PRO MITARBEITENDEM GESAMT **3,9 Std.**

AUSGEZEICHNET

Ausgezeichneter Arbeitgeber 2025
Beim Arbeitgeber-Rating der Allgemeinen Hotel- und Gastronomie-Zeitung (ahgz) und der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin wurde Maritim als **„Beste Hotelkette“** ausgezeichnet. Grundlage der wissenschaftlich ausgewerteten Studie ist eine anonyme Mitarbeitendenbefragung.

TOP-Ausbildungsbetrieb
Alle deutschen Maritim Hotels wurden von der DEHOGA als **„TOP-Ausbildungsbetrieb“** zertifiziert. Damit verpflichten sich unsere Standorte, die vom Branchenverband entwickelten zwölf Leitsätze für eine hochwertige Ausbildung in Hotellerie und Gastronomie zu befolgen.





110
meldepflichtige Arbeitsunfälle

3,8
Arbeitsunfälle
pro 100 Vollzeitäquivalenten

0
arbeitsbedingte Todesfälle

Die langen Betriebszugehörigkeiten bei Maritim zeigen, dass sich viele Mitarbeitende hier wohlfühlen. Aus meiner Sicht hat das viel mit Entwicklungsmöglichkeiten, Aufstiegschancen und einem Arbeitsumfeld zu tun, in dem Menschen gerne arbeiten."

Guido David Leiter Personalwirtschaft Maritim

Karrierewege bei Maritim

- Für **Auszubildende** schafft der Hans-Joachim Gommolla Nachwuchspreis einen besonderen Anreiz: Der mehrtägige Wettbewerb verbindet Theorie, Praxis und Austausch und gilt zugleich als wertvolle Vorbereitung auf die Abschlussprüfung. Die besten Teilnehmenden erhalten umfangreiche Weiterbildungsoptionen.
- **Mitarbeitende** unterstützt das Trainingsprogramm „STAR" vor allem in den ersten Wochen dabei, die besondere Servicequalität bei Maritim kennenzulernen, die darauf abzielt Gäste zu begeistern und Erwartungen zu übertreffen.
- „EPIC" richtet sich an **Führungskräfte** oder Mitarbeitende, die neu Führungsverantwortung übernehmen, und begleitet sie gezielt bei diesem nächsten Karriereschritt.

(B9)

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

Arbeitssicherheit im Hotelbetrieb folgt klaren gesetzlichen Standards. An allen Standorten sorgen speziell geschulte Sicherheitsbeauftragte, Ersthelfer:innen und Brandschutzhelfer:innen für den Schutz im Arbeitsalltag. Mit dem Arbeitsschutzausschuss (ASA) gibt es zudem ein Gremium, das sich regelmäßig zu Gesundheits- und sicherheitsrelevanten Themen austauscht. Ergänzend finden Gefährdungsbeurteilungen und psychologische Belastungsbeurteilungen statt.
Viele Maritim Hotels nehmen darüber hinaus am Bonusprogramm der Berufsgenossenschaft teil und weisen dafür Präventionsmaßnahmen nach. Zusätzlich arbeiten einzelne Standorte mit Krankenkassen, arbeitsmedizinischen Diensten oder Fitnessstudios zusammen. Angebote wie Rückenschulungen, Gesundheitsseminare oder Zuschüsse zu Gesundheitsangeboten unterstützen die Gesundheitsförderung vor Ort.

(B2/C2, C6, C7)

MENSCHENRECHTE: WAS IM ALLTAG ZÄHLT – UND IM EINKAUF WIRKT

Hotels sind offene Orte. Hier kommen Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Erwartungen zusammen – als Übernachtungsgäste, Veranstaltungsbesucher oder Mitarbeitende. Um sicherzustellen, dass sich ein Aufenthalt bei Maritim jederzeit angenehm und sicher anfühlt, legen wir besonderen Wert auf einen respektvollen, wertschätzenden Umgang – mit Gästen ebenso wie mit unseren Mitarbeitenden.

MENSCHENRECHTE IM HOTELBETRIEB SICHERN

Menschenrechtliche Sorgfalt beginnt im Alltag. In einem Hotel können Situationen entstehen, in denen Mitarbeitende aufmerksam reagieren müssen – etwa bei Hinweisen auf Diskriminierung, Belästigung, Gewalt oder Ausbeutung. Maritim sensibilisiert Mitarbeitende bereits seit vielen Jahren in arbeitsrechtlichen Schulungen für das Erkennen und den Umgang mit diesen Themen am Arbeitsplatz. Darauf aufbauend wollen wir ihren Blick für menschenrechtliche Risiken auch im Gästeumfeld sowie bei Lieferanten und Dienstleistern schärfen. Klare Abläufe und Meldewege (siehe Seite 50) sollen dabei helfen, Hinweise weiterzugeben und angemessen zu prüfen.

Menschenrechtliche Sorgfalt übersetzt grundlegende Rechte in konkrete Anforderungen an den Unternehmensalltag. Für Maritim betrifft das den eigenen Hotelbetrieb und die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Dienstleistern. Denn soziale Verantwortung entsteht auch dort, wo Waren und Leistungen eingekauft werden.

Unser Ansatz

Maritim bekennt sich zur Achtung internationaler Menschen- und Arbeitsrechte. Kinder- und Zwangsarbeit lehnen wir ebenso ausdrücklich ab wie die Beschäftigung von illegalen Arbeitnehmern sowie psychische und physische Disziplinarmaßnahmen. Wir orientieren uns an international anerkannten Rahmenwerken, darunter

- die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen,
- die ILO-Kernarbeitsnormen,
- der UN Global Compact und
- die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen.

Im Rahmen des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) verpflichten wir uns außerdem dazu, menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken im eigenen Geschäftsbereich und in der Lieferkette systematisch zu adressieren. Den übergeordneten Rahmen bilden folgende, auf unserer Website veröffentlichten Dokumente: unser Leitbild, ein Verhaltenskodex und eine Grundsatzerklärung zur Menschenrechtsstrategie. Zugleich verfügen wir über strukturierte Prozesse und Nachweise zu Themen, die von unseren Geschäftspartnern und Firmenkunden regelmäßig abgefragt werden. Über die Erfüllung dieser Sorgfaltspflichten berichten wir jährlich.

Unsere Maßnahmen im Betrieb

- **Risiken regelmäßig analysieren:** Maritim untersucht menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken regelmäßig im eigenen Geschäftsbereich und bei unmittelbaren Zulieferern. Die Risikoanalyse der Lieferanten erfolgt fortlaufend IT-basiert und berücksichtigt unter anderem Länder- und Branchenrisiken. Aus den Ergebnissen werden bei Bedarf Präventions- und Folgemaßnahmen abgeleitet.
- **Beschwerdewege zugänglich machen:** Für Hinweise auf menschenrechtliche oder umweltbezogene Risiken und Pflichtverletzungen steht internen und externen Personen ein eigenes Beschwerdesystem offen. Hinweise auf Fehlverhalten werden von einem externen Vertrauensanwalt (Ombudsmann) entgegengenommen und können auf Wunsch auch anonym gemeldet werden. Weitere Informationen zu unseren Meldewegen finden sich im Kapitel „Ethisches Geschäftsverhalten“ (siehe Seite 50).
- **Grundsätze in der Lieferkette verankern:** Unser Code of Conduct formuliert soziale, ökologische und ethische Mindestanforderungen an Lieferanten und Dienstleister. Dazu gehören unter anderem Vorgaben zu Menschen- und Arbeitsrechten, Umweltstandards und integrem Geschäftsverhalten.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG: ANFORDERUNGEN KLÄREN, GEMEINSAM VERBESSERN

Einkaufsentscheidungen beeinflussen die sozialen und ökologischen Auswirkungen des Hotelbetriebs. Nachhaltige Beschaffung bedeutet für Maritim daher, bei der Auswahl von Produkten und Dienstleistungen neben Qualität und Wirtschaftlichkeit zunehmend auch Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen.

Dabei setzen wir auf langfristige und vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Lieferanten. Viele Verbesserungen lassen sich nur gemeinsam entwickeln: etwa wenn Verpackungen reduziert oder Lebensmittelabfälle vermieden werden sollen. Im direkten Austausch zeigt sich, welche Lösungen sich im Hotelalltag wirklich bewähren. Maritim will diese Zusammenarbeit weiter stärken und Nachhaltigkeitsaspekte schrittweise noch systematischer in Einkaufsentscheidungen einbeziehen.

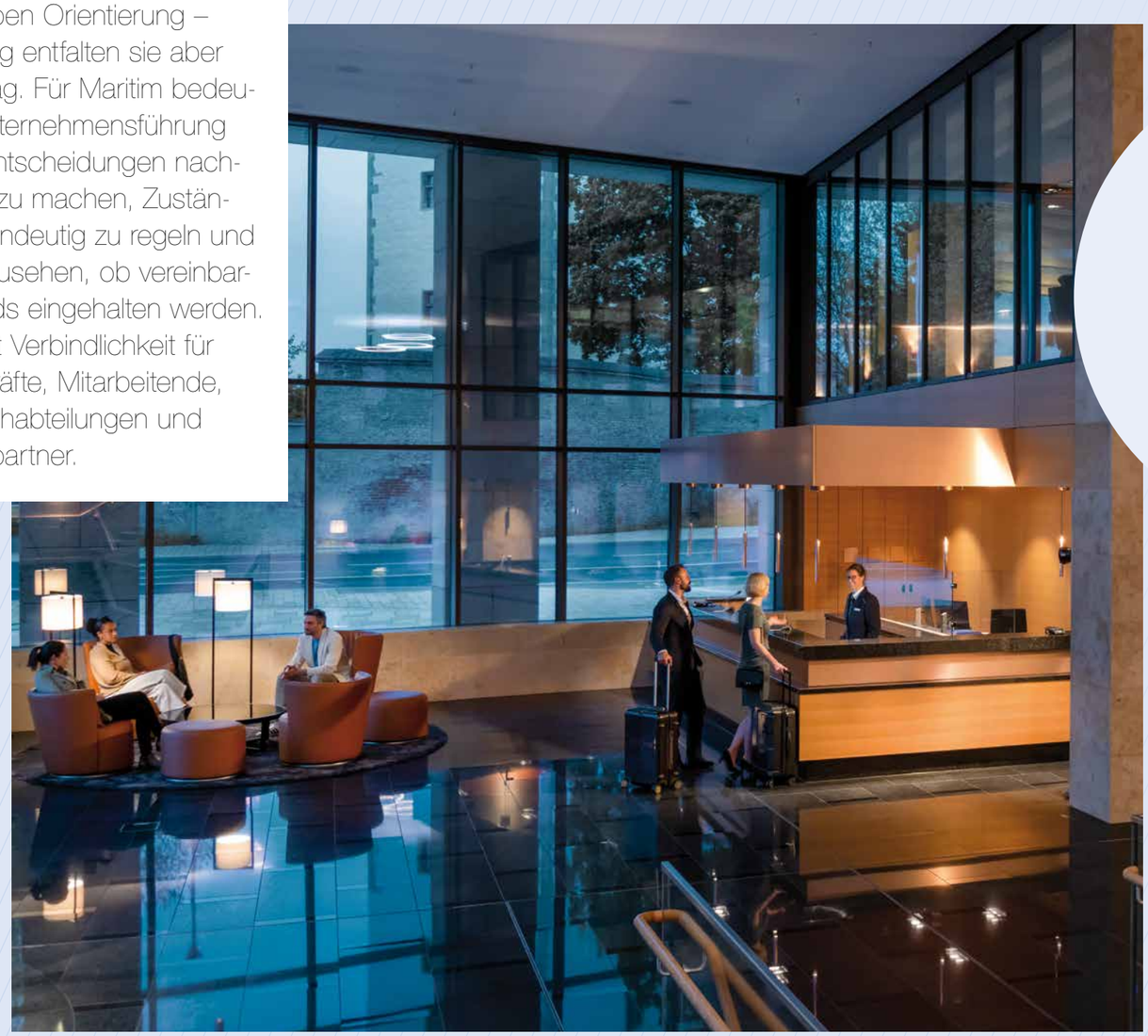


„Im Einkauf zeigt sich Nachhaltigkeit oft in sehr konkreten Fragen: Können wir Verpackungen vermeiden? Passt die Lieferform zum Bedarf im Hotel? Und gibt es eine Lösung, die Qualität, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit zusammenbringt? Solche Verbesserungen gelingen am besten im direkten Austausch mit unseren Lieferanten.“

Nikolaus Biehler Manager Einkauf und F&B Administration

VERANTWORTUNG BRAUCHT VERBINDLICHKEIT

Regeln geben Orientierung – ihre Wirkung entfalten sie aber erst im Alltag. Für Maritim bedeutet gute Unternehmensführung deshalb, Entscheidungen nachvollziehbar zu machen, Zuständigkeiten eindeutig zu regeln und genau hinzusehen, ob vereinbarte Standards eingehalten werden. So entsteht Verbindlichkeit für Führungskräfte, Mitarbeitende, Hotels, Fachabteilungen und Geschäftspartner.



Wie organisieren wir bei Maritim verantwortliches Handeln?

Nachhaltigkeitsmanagement

Wie entsteht aus vielen Einzelthemen ein gemeinsames Vorgehen? Mehr zur Organisation von nachhaltigkeitsrelevanten Themen bei Maritim ab **Seite 48.**

Ethisches Geschäftsverhalten

Wie wird gewünschtes Handeln verbindlich? Mehr zu unseren Grundsätzen und Verhaltensregeln auf **Seite 50.**

Datenschutz

Wie schützen wir personenbezogene Daten im digitalen Hotelbetrieb? Mehr zu Datenschutz, Audits und Meldewegen auf **Seite 52.**

(C2)

NACHHALTIGKEITS-MANAGEMENT: ZENTRAL BÜNDELN. VOR ORT UMSETZEN.

Verantwortungsbewusstes Handeln beginnt im laufenden Hotelbetrieb. Dort, wo Verbräuche gemessen, Abfallmengen dokumentiert, neue vegane und vegetarische Angebote getestet oder Gesundheitsmaßnahmen umgesetzt werden. Jeder unserer Standorte bringt dabei eigene Erfahrungen und Daten ein. Sie zeigen, welche Stellschrauben in der Praxis greifen und wo nachjustiert werden muss.

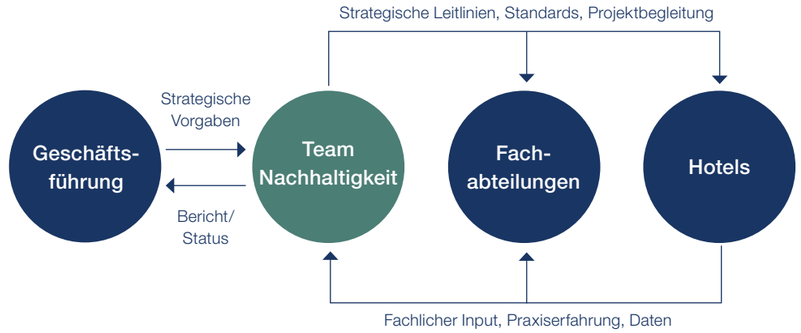
AUFGABEN-SCHWERPUNKTE IM NACHHALTIG-KEITSMANAGEMENT

- Erarbeitung, regelmäßige Überprüfung und bedarfsgerechte Anpassung der Nachhaltigkeitsstrategie
- Umsetzung von Nachhaltigkeitsprojekten
- Strukturierte Erfassung und Berechnung von Klimadaten
- Entwicklung einer unternehmensweiten Klimastrategie
- Bearbeitung von gesetzlichen Anforderungen
- Organisation und Begleitung der deutschlandweiten GreenSign-Zertifizierung

Damit aus vielen Einzelinformationen ein verlässliches Gesamtbild entsteht, haben wir 2024 ein zentrales Nachhaltigkeitsmanagement eingerichtet. Die Infografik zeigt die Rolle der neuen Fachabteilung im Unternehmen: Als Schnittstelle zwischen strategischer Führung und operativer Umsetzung bündelt unser Nachhaltigkeitsteam Anforderungen, Daten und Informationen aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens. So identifiziert es relevante Themen und wirksame Hebel, entwickelt Standards und Lösungsansätze. Es verantwortet zentrale Nachhaltigkeitsprojekte, begleitet Fachabteilungen und Hotels bei der Umsetzung von Maßnahmen und führt Informationen für interne und externe Anfragen zentral zusammen.

Nachhaltigkeit zu managen, bedeutet für uns, gesetzliche Anforderungen ebenso im Blick zu behalten wie gesellschaftliche Entwicklungen und nachhaltigkeitsrelevante Herausforderungen aus dem Hotelalltag. Durch die Zentralisierung dieser Aufgaben werden die Hoteldirektionen entlastet – und erhalten zugleich fachlich fundierte Impulse, mit denen sie im Betrieb gezielter weiterarbeiten können.

WIE WIR NACHHALTIGKEIT ORGANISIEREN



Nachhaltigkeit funktioniert bei Maritim nur im Zusammenspiel. Wir schaffen zentrale Strukturen und Standards. Wirksame Lösungen entstehen, wenn sich Maßnahmen im Hotelalltag bewähren und durch belastbare Daten überprüfbar werden."

Henning Jünke Direktor Nachhaltigkeit & Menschenrechtsbeauftragter

Datenmanagement im Fokus

Eine zentrale Voraussetzung für wirksame Nachhaltigkeit sind qualitativ hochwertige Daten. Sie tragen dazu bei, Ausgangslagen besser zu verstehen, Maßnahmen sinnvoll zu priorisieren und Fortschritte zu bewerten. Ein Beispiel dafür ist die systematische Erfassung unserer Energie- und Klimadaten, die wir seit 2024 sukzessive erweitern. Die Klimabilanzierung bildet die Grundlage für die Berechnung der unternehmens- und bereichsspezifischen CO_2-Fußabdrücke und hilft uns dabei, gezielte Reduktionshebel zu identifizieren.
In weiteren Bereichen stehen wir mit dem Aufbau einer einheitlichen Datenbasis noch am Anfang – etwa bei Wasser, Abfall, Beschaffung oder ausgewählten sozialen Kennzahlen. Die Erfahrungen aus dem Klimadatenprozess sind eine wertvolle Unterstützung, um auch diese Themen schrittweise strukturierter zu erfassen und an unseren strategischen Zielen auszurichten.

Ausblick

In den kommenden Jahren werden wir die Qualität unserer nachhaltigkeitsrelevanten Kennzahlen weiter kontinuierlich erhöhen, um Prozesse datenbasiert zu steuern. Dazu gehören klare Zuständigkeiten, einheitliche Erfassungswege und regelmäßige Plausibilitätsprüfungen.
Genauso wichtig ist die Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden. Je früher ökologische oder soziale Herausforderungen vor Ort sichtbar werden, desto eher können Hoteldirektionen und Fachabteilungen reagieren – zum Beispiel, wenn Verbräuche steigen oder Maßnahmen nicht die gewünschte Wirkung zeigen.
Der Nachhaltigkeitsbericht macht diese Arbeit transparent. Im Mittelpunkt steht für uns jedoch nicht die Berichterstattung selbst, sondern das, was daraus folgt: Daten sollen nicht nur gesammelt werden. Sie sollen helfen, Zusammenhänge zu verstehen, bessere Entscheidungen zu treffen und verantwortliches Handeln Schritt für Schritt im Hotelalltag zu stärken.

(C2, B11, C7)

GESCHÄFTSVERHALTEN: VERBINDLICH GEREGELT

Ethisches Geschäftsverhalten bedeutet für Maritim, verantwortungsvoll, transparent und im Einklang mit geltendem Recht zu handeln.

Wir tolerieren keine Form von Korruption und Bestechung – dazu zählt auch die Annahme von unangemessenen Geschenken oder Einladungen. Darüber hinaus bekennen wir uns zu fairem Wettbewerb und zur Einhaltung der geltenden Wettbewerbs- und Kartellrechtsvorschriften. Diese und weitere verbindlichen Grundsätze führen wir in internen und externen Leitlinien transparent zusammen. Sie bilden ein verlässliches Fundament der Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitenden, Lieferanten und Geschäftspartnern.

Unsere Grundlagen

- **Leitbild:** Es beschreibt die Grundsätze unserer Unternehmenskultur – darunter die Ablehnung von Betrug, Geldwäsche, Korruption und Bestechung sowie den verantwortungsvollen Umgang mit vertraulichen Informationen. Das Leitbild setzt den übergeordneten Orientierungsrahmen für integres Handeln bei Maritim.
- **Code of Conduct:** Für Lieferanten und Dienstleister konkretisiert ein Verhaltenskodex unsere Erwartungen. Er umfasst soziale, ökologische und ethische Anforderungen – von Menschenrechten und fairen Arbeitsbedingungen über Umweltschutz bis zu klaren Regeln gegen Korruption und Bestechung.

Hinweise und Beschwerden sicher melden

Um mögliche Verstöße zu erkennen und zu bearbeiten, hat Maritim zwei voneinander getrennte Meldewege eingerichtet.

- **Hinweise auf Compliance-Verstöße** können über das Hinweisgebersystem nach dem Hinweisgeberschutzgesetz gemeldet werden.
- **Für menschenrechtliche oder umweltbezogene Risiken und Pflichtverletzungen** im eigenen Geschäftsbereich sowie in der Lieferkette steht ein gesondertes Beschwerdeverfahren nach dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) zur Verfügung.

Beide Verfahren sind webbasiert zugänglich und können auf Wunsch anonym genutzt werden. Die Bearbeitung erfolgt jeweils nach dem dafür vorgesehenen Prozess durch eine externe Kanzlei. So stellen wir jederzeit Vertraulichkeit, Unabhängigkeit und einen professionellen Umgang mit sensiblen Themen sicher. Bestätigen sich Hinweise oder Beschwerden, werden je nach Sachverhalt geeignete Folgemaßnahmen eingeleitet – etwa Abhilfemaßnahmen bei konkreten Verstößen oder die Anpassung bestehender Präventionsmaßnahmen.

VSME-Kennzahlen 2025

B11: Es gab keine Verurteilungen oder Geldstrafen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung.
C7: Es gingen keine Hinweise über das Beschwerdeverfahren nach dem LkSG ein. Zudem wurden keine bestätigten Vorfälle im Zusammenhang mit Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Menschenhandel, Diskriminierung oder sonstigen Verstößen gegen Menschen- und Arbeitsrechte festgestellt.





HIER GEHT ES DIREKT ZU UNSEREN **MELDEPORTALEN:**

Hinweise auf Compliance-Verstöße nach Hinweisgeberschutzgesetz

Risiken und Verstöße im Kontext des LkSG

DATENSCHUTZ MIT SYSTEM

Maritim verarbeitet personenbezogene Daten von Gästen, Mitarbeitenden, Bewerber:innen, Geschäftspartnern und Veranstaltungskund:innen. Diese Informationen sorgfältig zu schützen, ist nicht nur ein wesentlicher Bestandteil verantwortungsvoller Unternehmensführung, sondern auch eine wichtige Grundlage für Vertrauen.



Klare Zuständigkeiten
Ein externer Datenschutzbeauftragter berät Maritim regelmäßig und arbeitet dazu eng mit den Abteilungen Recht und IT zusammen. Auf diese Weise erhalten wir eine kontinuierliche fachkompetente Begleitung und können datenschutzrechtliche Anforderungen frühzeitig berücksichtigen – etwa bei neuen digitalen Anwendungen, veränderten Prozessen oder der Zusammenarbeit mit Dienstleistern. Die Umsetzung konkreter Maßnahmen erfolgt im Zusammenspiel mit den jeweiligen Fachabteilungen.

Unser Ansatz
Unser Datenschutzkonzept basiert auf einem klaren Grundsatz: Personenbezogene Daten erheben wir nur, wenn sie tatsächlich benötigt werden. Dabei achten wir darauf, dass Daten zweckgebunden genutzt, vor unbefugtem Zugriff geschützt und nur berechtigten Personen zugänglich gemacht werden. Im Hotelbetrieb ist dieser Schutz besonders relevant, da an vielen Stellen sensible Informationen zusammenlaufen.

Für mögliche Datenschutzverstöße bestehen klare Meldewege. Hinweise oder Vorfälle werden geprüft, Ursachen analysiert und erforderliche Maßnahmen eingeleitet. Ziel ist es, Risiken schnell zu begrenzen, betroffene Personen angemessen zu schützen und vergleichbare Vorfälle künftig zu vermeiden.

Unsere Maßnahmen im Betrieb
- Schulungen helfen Mitarbeitenden, Datenschutzregeln im Arbeitsalltag sicher anzuwenden. Das gilt für den Umgang mit Gästedaten, Bewerbungsunterlagen oder internen Informationen.
- Vor-Ort-Audits in den Hotels zeigen, wo Prozesse weiter verbessert werden können. Aus den Ergebnissen entstehen konkrete Anpassungen, technische Verbesserungen oder zusätzlichen Sensibilisierungen.



„Mit wachsenden regulatorischen Anforderungen und fortschreitender Digitalisierung wächst auch der Stellenwert von Datenschutz im Unternehmen. Deshalb ist es wichtig, die bestehenden Strukturen kontinuierlich weiterzuentwickeln."

Gabor Moshage Rechtsabteilung, Bereich Datenschutz

VSME-INDEX

Basis für die Bezeichnungen und Darstellungen der einzelnen Datenpunkte ist die Empfehlung (EU) 2025/1710 der Kommission vom 30. Juli 2025. Abweichungen gegenüber dem neu in Kraft getretenen 2026 Voluntary Standard (VS) der EU-Kommission sind in der Kommentarspalte gekennzeichnet.

DATEN-PUNKT	BEZEICHNUNG	SEITE	KOMMENTAR
BASISMODUL			
B1	Grundlagen für die Erstellung	S. 7–9, 14/15, 56/57	Die Maritim Hotelgesellschaft mbH ist dem NACE-Code 55.10.1 (ohne Hotels garnis) zuzuordnen. Die Bilanzsumme der im Berichtskreis berücksichtigten Unternehmen (siehe S. 7) betrug in Summe 354,1 Mio. €.
B2	Verfahrensweisen, Richtlinien und künftige Initiativen	S. 10–13, Themenkapitel	Das Themenfeld „Umweltverschmutzung“ ist durch gesetzliche Vorgaben bereits gut abgedeckt, Maritim hat hier keine zusätzlichen Richtlinien oder Verfahrensweisen festgelegt. Das Themenfeld „Betroffene Gemeinschaften“ bezieht sich auf das lokale Umfeld der Hotelstandorte und wird dezentral gestaltet.
B3	Energie- und Treibhausgasemissionen	S. 18/19, 30	Die ausgewiesene THG-Emissionsintensität folgt der Empfehlung (EU) 2025/1710. Im VS ist dieser Datenpunkt nicht mehr vorgesehen.
B4	Luft-, Wasser- und Bodenverschmutzung	S. 21	Maritim emittiert keine meldepflichtigen Schadstoffemissionen.
B5	Biodiversität	S. 35	Die Flächennutzung, die mit unserem Hotelbetrieb einhergeht, beläuft sich auf etwa 1,3 Mio. m^2. Davon entfallen ca. 1,0 Mio. m^2 auf den Golfpark. Im VS sind die im Anhang ausgewiesenen quantitativen Angaben zur Flächennutzung nicht mehr erforderlich.
B6	Wasser	S. 20/21	
B7	Ressourcennutzung, Kreislaufwirtschaft und Abfallbewirtschaftung	S. 22–27	Wir weisen Abfälle, die dem Recycling oder der Wiederverwendung zugeführt wurden, gemäß Empfehlung EU 2025/1710 in absoluten Zahlen aus. Der VS verlangt hier eine anteilige Angabe, die wir über den hotelspezifischen HWMM abdecken.
B8	Arbeitskräfte – allgemeine Merkmale	S. 36–39	Die Fluktuationsrate ist im VS Bestandteil des Datenpunkts C5. Inkludiert sind Kündigungen und Aufhebungsverträge, Renteneintritt, Versterben.
B9	Arbeitskräfte – Gesundheitsschutz und Sicherheit	S. 43	
B10	Vergütung, Tarifverhandlungen und Schulung	S. 36/37, 40/41	Mehr als 90 Prozent der Mitarbeitenden haben Arbeitsverträge, die sich an den tariflichen Bestimmungen der DEHOGA orientieren. Eine untertarifliche Bezahlung gibt es nicht. Die hohe Tarifbindung gewährleistet eine geschlechtsunabhängige und transparente Vergütung auf Grundlage öffentlich einsehbarer Tarifbänder und einheitlicher Eingruppierungskriterien.
B10	Vergütung, Tarifverhandlungen und Schulung		Zugleich weist die Hotellerie im Vergleich zu vielen anderen Branchen ein weniger stark ausgeprägtes Hierarchiegefälle und einen ausgewogeneren Anteil von männlichen und weiblichen Führungskräften auf. Klassischerweise ist der Frauenanteil insbesondere in den operativen Führungsfunktionen hoch, beispielsweise in den Bereichen Empfang, Buchhaltung, Housekeeping und Food & Beverage. Statistische Entgeltunterschiede lassen sich dennoch nicht vollständig ausschließen. Wesentliche Faktoren für prozentuale Entgeltgefälle sind: unterschiedliche Tätigkeitsprofile, individuelle Karriereverläufe und verschiedene Arbeitszeitmodelle. Die Weiterbildungsstunden werden zusätzlich nach Geschlecht aufgeschlüsselt, wie es die Empfehlung (EU) 2025/1710 vorsah. Der VS verlangt nur den Durchschnitt je beschäftigte Person.
B11	Verurteilungen und Geldstrafen wegen Korruption und Bestechung	S. 50	
ZUSATZMODUL			
C1	Strategie: Geschäftsmodell und Nachhaltigkeitsinitiativen	S. 3, 8, 10-13	
C2	Verfahrensweisen, Richtlinien und künftige Initiativen	S. 10-13, Themenkapitel	
C3	THG-Reduktionsziele und Übergang zur Klimaneutralität	S. 28–31	Die THG-Emissionsreduktionsziele in absoluten Werten (bezogen auf das Basisjahr 2023): **10-Jahres-Ziel (bis 2033):** Scope 1 und Scope 2: 10.420,24 t CO_2e Scope 3: 28.705,45 t CO_2e **Ziel bis 2045:** Scope 1 und 2: 1.404 t CO_2e
C4	Klimabedingte Risiken	S. 58/59	
C5	Zusätzliche (allgemeine) Merkmale für Arbeitskräfte	S. 37, 38	Die Anzahl der Selbstständigen, die ausschließlich für Maritim beschäftigt sind, wird nicht zentral erfasst.
C6	Richtlinien zur Achtung der Menschenrechte sowie diesbezügliche Prozesse (eigene Belegschaft)	S. 44/45	
C7	Schwerwiegende Vorfälle im Zusammenhang mit Menschenrechten	S. 50	Nach VS künftig „Vorfälle in Bezug auf Menschenrechte“
C8	Umsatzerlöse aus spezifischen Sektoren und Ausschluss von EU-Referenz-Benchmarks		Maritim ist in keinem der unter C8, Abs. 63, angeführten Sektoren tätig und ist nicht von den EU-Referenzwerten ausgenommen, die im Pariser Klimaabkommen unter Anhang II, Abs. 177, beschrieben werden.
C9	Geschlechtervielfalt in den Leitungsorganen	S. 38	

(B1)

GEOPOSITION DER STANDORTE, DIE DAS UNTERNEHMEN BESITZT, GEPACHTET HAT ODER BEWIRTSCHAFTET

STANDORTE	ANSCHRIFT	KOORDINATEN
Bad Homburg	Maritim Hotel Bad Homburg Ludwigstraße 3, 61348 Bad Homburg v. d. Höhe	50.22696467590358, 8.617993168776914
Bad Salzuflen	Hauptverwaltung Herforder Straße 2, 32105 Bad Salzuflen	52.08554039755126, 8.741958957376204
Bad Salzuflen	Maritim Hotel Bad Salzuflen Parkstraße 53, 32105 Bad Salzuflen	52.092424205837794, 8.75164034186328
Bad Wildungen	Maritim Hotel Bad Wildungen Doktor-Marc-Straße 4, 34537 Bad Wildungen	51.11609719103868, 9.10640090766691
Bonn	Maritim Hotel Bonn Kurt-Georg-Kiesinger-Allee 1, 53175 Bonn	50.704967992548085, 7.134720355301679
Berlin	Maritim proArte Hotel Berlin Friedrichstraße 151/Dorotheenstraße 65, 10117 Berlin	52.51872954860846, 13.387310244007189
Bremen	Maritim Hotel Bremen Hollerallee 99, 28215 Bremen	53.08780317052226, 8.817287357245139
Darmstadt	Maritim Hotel Darmstadt Rheinstraße 105, 64295 Darmstadt	49.870934828267615, 8.631956068305275
Darmstadt	Maritim Verkaufsdirektion Külpstraße 2, 64293 Darmstadt	49.870881780836505, 8.632057967316776
Dresden	Maritim Hotel Dresden Devrientstraße 10–12, 01067 Dresden	51.057383824644305, 13.731719268809893
Düsseldorf	Maritim Hotel Düsseldorf Maritim-Platz 1, 40474 Düsseldorf	51.27639399186647, 6.769509344957078
Frankfurt am Main	Maritim Hotel Frankfurt Theodor-Heuss-Allee 3, 60486 Frankfurt am Main	50.11301727448308, 8.649652628289688
Fulda	Maritim Hotel am Schlossgarten Fulda Pauluspromenade 2, 36037 Fulda	50.556177531877125, 9.674915528307308
Hannover	Maritim Airport Hotel Hannover Maritimstraße 1, 30855 Langenhagen	52.45994845637804, 9.698492240031502
Ingolstadt	Maritim Hotel Ingolstadt Schloßlände 24, 85049 Ingolstadt	48.7645599948369, 11.432612497555148
Kiel	Maritim Hotel Bellevue Kiel Bismarckallee 2, 24105 Kiel	54.345491625866046, 10.151200868945088
Köln	Maritim Hotel Köln Heumarkt 20, 50667 Köln	50.93560123547524, 6.961186239969829
Königswinter	Maritim Hotel Königswinter Rheinallee 3, 53639 Königswinter	50.6714995892519, 7.194119101149124
Lübeck-Travemünde	Maritim Strandhotel Travemünde Trelleborgallee 2, 23570 Lübeck-Travemünde	53.961749955540554, 10.880986544429792
Magdeburg	Maritim Hotel Magdeburg Otto-von-Guericke-Straße 87, 39104 Magdeburg	52.12971956800274, 11.631632340017973
München	Maritim Hotel München Goethestraße 7, 80336 München	48.13868194552118, 11.558853711025346
Stuttgart	Maritim Hotel Stuttgart Seidenstraße 34, 70174 Stuttgart	48.78089263446283, 9.166320584061564
Timmendorfer Strand	Maritim Seehotel Timmendorfer Strand Strandallee 73 b, 23699 Timmendorfer Strand	54.001516123332536, 10.779548155436354
Titisee-Neustadt	Maritim TitiseeHotel Titisee-Neustadt Seestraße 16, 79822 Titisee-Neustadt	47.89834072712286, 8.155039212863088
Ulm	Maritim Hotel Ulm Basteistraße 40, 89073 Ulm	48.400285356919994, 10.004870312882169
Warnsdorf	Maritim Golfpark Ostsee Schloßstraße 14, 23626 Warnsdorf-Ratekau	53.96560506536669, 10.80719217326636 2
Würzburg	Maritim Hotel Würzburg Pleichertorstraße 5, 97070 Würzburg	49.7987115511987, 9.926123639924846

(B5)

STANDORTE IN BZW. IN DER NÄHE VON GEBIETEN MIT **SCHUTZBEDÜRFTIGER BIODIVERSITÄT**

ORT	FLÄCHE (in m²)	GEBIET MIT SCHUTZBEDÜRFTIGER BIODIVERSITÄT	SPEZIFIKATION (IN / IN DER NÄHE VON)
Maritim TitiseeHotel	10.955	Landschaftsschutzgebiet Titisee-Neustadt; FFH-Gebiet	Angrenzend
Maritim Hotel Bellevue Kiel	9.824	Landschaftsschutzgebiet Kieler Fördeumgebung	Angrenzend
Maritim Hotel Dresden	38.638	Landschaftsschutzgebiet Dresdner Elbwiesen	Angrenzend
Maritim Golfpark Ostsee	1.051.566	Landschaftsschutzgebiet Hemmelsdorfer See	Angrenzend
Maritim Hotel Bad Homburg	4.557	Naturpark Hochtaunus	Im Gebiet
Maritim Hotel Bad Salzuflen	10.013	Naturpark Teutoburger Wald	Im Gebiet
Maritim Hotelgesellschaft mbH Hauptverwaltung	1.702	Naturpark Teutoburger Wald	Im Gebiet
Maritim Hotel Bad Wildungen	27.511	Naturpark Kellerwald-Edersee	Im Gebiet

Aus dem regulären Hotelbetrieb gehen nach derzeitigem Kenntnisstand keine unmittelbaren Gefährdungen für diese Gebiete aus. Maritim hält die jeweils geltenden gesetzlichen und behördlichen Vorgaben ein, insbesondere bei Umbauten, Außenarbeiten, Beleuchtung, Lärm, Abfallentsorgung und Mobilität.

(C4)

ANALYSE KLIMA-BEZOGENER RISIKEN UND CHANCEN

2025 hat Maritim klimabezogene Risiken und Chancen für sein Geschäftsmodell, die Standorte und die Wertschöpfungskette untersucht. Die qualitative Analyse liefert eine erste Einschätzung der möglichen Einflüsse, die der Klimawandel und der Übergang zu einer klimaneutralen Wirtschaft auf das Unternehmen nehmen können.

Die Analyse orientierte sich an den Leitlinien der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Im Fokus standen zwei unterschiedliche Entwicklungspfade: ein ambitioniertes Transitionsszenario mit einer Begrenzung der Erderwärmung auf unter 1,5 Grad Celsius sowie ein Klimawandelszenario mit einer Erderwärmung von mehr als 4 Grad Celsius.

Damit wurden sowohl mögliche Auswirkungen einer beschleunigten Dekarbonisierung als auch die Folgen eines fortschreitenden Klimawandels berücksichtigt.

Qualitative Bewertung von Risiken und Chancen

Im ersten Schritt haben wir eine qualitative Einschätzung der möglichen Auswirkungen (Exponierung) und der Anfälligkeit von Maritim (Sensitivität) vorgenommen. Sie umfasste die Betrachtung von physischen Risiken (z. B. Überschwemmungen) für unsere Standorte und von finanziellen Risiken durch steigende Investitions- und Betriebskosten. Die Analyse berücksichtigte langfristige Klimaentwicklungen bis zum Jahr 2100. Für ausgewählte physische Risiken wurden zusätzlich kurz-, mittel- und langfristige Zeithorizonte unterschieden.

Die identifizierten Risiken und Chancen ließen sich vier Bereichen zuordnen: physischen Klimarisiken, transitorischen Risiken, Auswirkungen auf die Wertschöpfungskette sowie klimabezogenen Chancen. Eine kompakte Zusammenfassung zeigt die Infografik auf der folgenden Seite:



Physische Risiken

- Standortbezogene Risiken durch Überschwemmungen
- Wasserverfügbarkeit als relevanter Einflussfaktor
- Unterschiede je nach Standort und Zeithorizont



Transitorische Risiken

- Klimabezogene Regulierung und CO_2-Bepreisung
- Investitionsbedarf in erneuerbare Energien und effiziente Gebäudetechnik



Wertschöpfungskette

- Klimabedingte Auswirkungen auf Lebensmittelpreise und Agrarprodukte
- Höhere Transport-, Kühl- und Logistikkosten
- Lieferunterbrechungen durch Extremwetter möglich



Chancen

- Energieeffizienz und erneuerbare Energien stärken die Resilienz
- Reduktion von Betriebskosten
- Nachfrageverschiebungen zugunsten kühlerer Reiseziele möglich

1. Zu den physischen Risiken zählten insbesondere standortbezogene Gefährdungen durch Überschwemmungen. Eine vertiefende Analyse zeigte überwiegend geringe bis mittlere Risiken für Wasserknappheit sowie mittlere bis hohe Überschwemmungsrisiken an einzelnen Standorten.
2. Transitorische Risiken würden sich vor allem durch zunehmende klimabezogene Regulierungsmaßnahmen ergeben. Diese können mit höheren Betriebskosten einhergehen (etwa durch CO_2-Bepreisung bzw. höhere Energiepreise) oder Investitionsbedarf in erneuerbare Energien oder effiziente Gebäudetechnik auslösen.
3. Darüber hinaus wurden Risiken in der Wertschöpfungskette betrachtet, insbesondere mit Blick auf Lebensmittel und Agrarprodukte. In beiden Szenarien könnten steigende Kosten entstehen: im Transitionsszenario vor allem durch höhere Transportkosten und CO_2-bezogene Preisaufschläge, im Klimawandelszenario durch Lieferunterbrechungen infolge von Extremwetterereignissen sowie durch steigende Kühl- und Logistikkosten. Als mögliche Anpassungsstrategie wurde unter anderem ein stärkerer Bezug heimischer und saisonaler Lebensmittel identifiziert.
4. Neben Risiken wurden auch Chancen abgeleitet. Für das deutsche und nordeuropäische Hotelgewerbe könnten klimabedingte Veränderungen der Touristenströme zu einer vermehrten Nachfrage nach kühleren Reisezielen führen, etwa an Nord- und Ostsee. Maritim kann von solchen Nachfrageverschiebungen profitieren. Zudem können Investitionen in Energieeffizienz und erneuerbare Energien dazu beitragen, Betriebskostenrisiken zu reduzieren und die langfristige Resilienz des Unternehmens zu stärken.

Die Analyse schafft einen ersten Überblick darüber, welche klimabezogenen Entwicklungen für Maritim langfristig von Bedeutung sein können. Eine finanzielle Bewertung aller identifizierten Risiken und Chancen wurde bislang nicht vorgenommen. ——

WESENTLICHKEITS-ANALYSE (DOUBLE MATERIALITY ANALYSIS, DMA)

2024 hat Maritim eine Wesentlichkeitsanalyse – kurz DMA – gemäß den damals geltenden Anforderungen der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) durchgeführt.

INPUT & RECHERCHE

Auswertung internationaler und branchenspezifischer Referenzrahmen sowie nachhaltigkeitsbezogene Wettbewerbsanalyse

CSRD, SDGs, GreenSign, EcoVadis

STAKEHOLDER-INTERVIEWS

24 semistrukturierte Interviews mit zentralen internen und externen Ansprechgruppen

- Mitarbeitende & Führungskräfte
- Kund:innen
- Lieferant:innen
- Branchenverbände & Zivilgesellschaft

BEWERTUNG

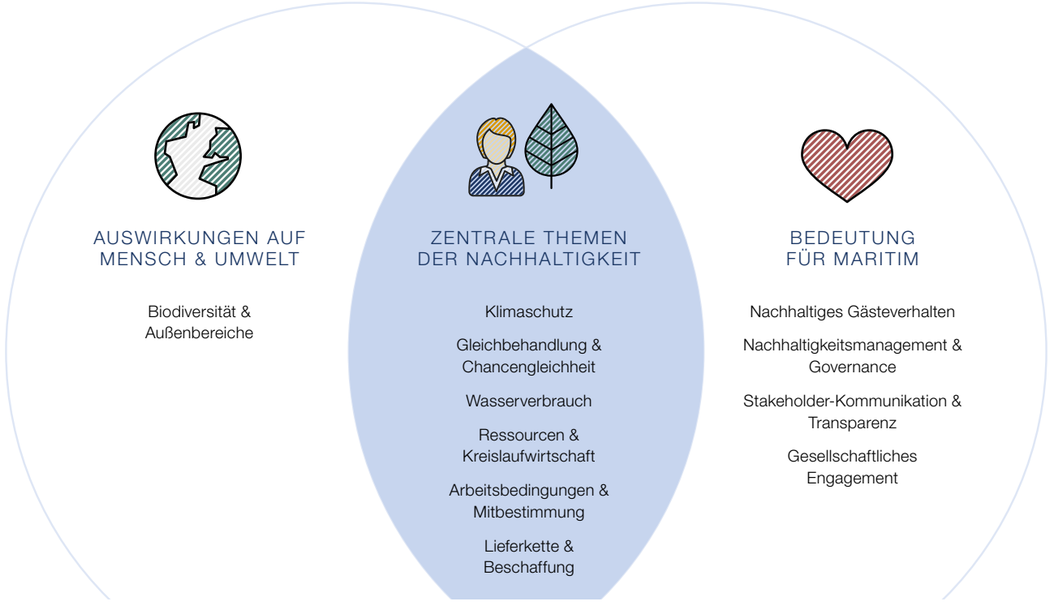
Bewertung der identifizierten Auswirkungen, Risiken und Chancen anhand einheitlicher Kriterien

- Ausmaß
- Umfang
- Unabänderlichkeit
- Finanzielle Relevanz

Die Methodik soll Unternehmen dabei unterstützen, sich in ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung ausschließlich auf relevante Themen zu fokussieren. Mit der 2026 beschlossenen Überarbeitung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) hat die EU den Kreis der berichtspflichtigen Unternehmen eingeschränkt, Maritim fällt inzwischen nicht mehr in den Anwendungsbereich der CSRD. Im freiwilligen VSME-Standard ist die DMA nicht verankert. Dennoch stellen wir hier zentrale Ergebnisse aus dem Prozess vor – denn sie zeigen, warum wir bestimmte Nachhaltigkeitsthemen ausführlicher berichten als andere.

Eine Wesentlichkeitsanalyse betrachtet Nachhaltigkeit aus zwei Richtungen: Welche Auswirkungen hat die Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft (Inside-out-Perspektive)? Und welche finanziellen Risiken und Chancen entstehen dem Unternehmen aus ökologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen (Outside-in-Perspektive)? Um diese Fragen zu beantworten, haben wir externe Anforderungen ausgewertet, den Markt analysiert und 24 ausführliche Interviews mit internen und externen Themenexpert:innen geführt.

Neben Themenfeldern, die Unternehmen gemäß ESRS berücksichtigen sollen, haben wir durch Recherche und Experteninterviews weitere nachhaltigkeitsrelevante Aspekte mit strategischer Bedeutung für Maritim identifiziert. Die Grafik aus Seite 61 zeigt unsere Handlungsfelder der Nachhaltigkeit, geordnet nach ihrer Dimension:



Wesentliche Themen im Sinne der ESRS bilden den Kern unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung. Ergänzend berücksichtigen wir Handlungsfelder, die für unser Geschäftsmodell und unser unternehmerisches Selbstverständnis besonders relevant sind und die deshalb ebenfalls unsere nachhaltige Entwicklung prägen (rechte Seite).

Auch das Handlungsfeld Biodiversität behalten wir im Blick, obwohl es im DMA-Prozess nicht als wesentlich eingestuft wurde: Durch die Gestaltung und Bewirtschaftung unserer Außenbereiche können wir an unseren Standorten positive Impulse für die biologische Vielfalt setzen. Deshalb berichten wir auch über unsere Aktivitäten in diesem Bereich.

ZENTRALE AUSWIRKUNGEN, CHANCEN UND RISIKEN

POSITIVE AUSWIRKUNGEN	NEGATIVE AUSWIRKUNGEN
Arbeitsbedingungen über gesetzliche Anforderungen hinaus (Tarifverträge, Betriebsräte); Diversität in der Belegschaft; geringes geschlechtsspezifisches Lohngefälle; Weiterentwicklungsmöglichkeiten für die Belegschaft	THG-Emissionen aus Gebäudeenergie und Wertschöpfungskette; hoher Wasserverbrauch (Übernachtung, Gastronomie); hohes Abfallaufkommen in der Gastronomie; Ressourcenverbrauch im Hotel- und Gastrobetrieb
CHANCEN	**RISIKEN**
Kosteneinsparungen durch Energie-, Wasser- und Ressourceneffizienz; Einsatz langlebiger Materialien, Ruf als attraktiver Arbeitgeber stärkt Bindung und Servicequalität	Steigende Energie- und Transformationskosten durch regulatorische Anforderungen; Fachkräftemangel und steigende Personalkosten

Die Analyse zeigt: Nachhaltiges Handeln ist für Maritim ein Wachstums- und Stabilitätsfaktor. Ein effizienter Umgang mit Ressourcen, der Ruf als attraktiver Arbeitgeber und ein klares Nachhaltigkeitsprofil eröffnen uns konkrete Wettbewerbsvorteile.

Impressum

Herausgeber Maritim Hotelgesellschaft mbH
Herforder Straße 2
32105 Bad Salzuflen
Deutschland

Rückfragen ESG-Bericht Henning Jünke,
Direktor Nachhaltigkeit & Menschenrechtsbeauftragter
Hjuenke.hv@maritim.de

Fotohinweis Seite 35: Bild (Mitte): Matthias Maier,
Bild (unten): ASB Wünschewagen Rheinland

www.maritim.de