



WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

2019/2020

SEEHOTEL WIESLER GMBH



INHALTSVERZEICHNIS

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1. | Über uns | 1 |
| 2. | 20052014 Die WIN-Charta | 2 |
| 3. | Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement | 3 |
| 4. | Unsere Schwerpunktthemen | 4 |
| | Leitsatz Nr. 2: Mitarbeiterwohlbefinden | 4 |
| | Leitsatz Nr. 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze | 5 |
| 5. | Weitere Aktivitäten | 7 |
| | Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange | 7 |
| | Umweltbelange | 8 |
| | Ökonomischer Mehrwert | 9 |
| | Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption | 10 |
| | Regionaler Mehrwert | 11 |
| 6. | Unser WIN!-Projekt | 12 |
| 7. | Kontaktinformationen | 14 |
| | Ansprechpartner | 14 |
| | Impressum | 14 |

ÜBER UNS

1. Über uns

UNTERNEHMENDARSTELLUNG

Das Seehotel Wiesler ist ein familiengeführtes 4*s Hotel mit einzigartiger Lage direkt am Titisee. Wir beschäftigen ca. 40 Mitarbeiter und 10 Auszubildende. Das Seehotel wurde 1970 von R. & H. Wiesler gebaut und 1985 von K-G. und E. Wiesler in der 2 Generation übernommen.

Unsere Zielgruppe sind naturbewusste, gesundheits- und wellnessaffine Pärchen und Freunde /-innen ab ca. 40 Jahren.

Wir konzentrieren uns ausschließlich auf unsere Zielgruppe und bieten daher keine Tagungen-, Bus- oder Gruppenreisen an, sondern ausschließlich Urlaubs- und Wellnessreisen für Individualreisende.

In unserem hauseigenen Beauty-Spa unter der Leitung von Eva Wiesler bieten wir neben Thalgo unsere eigene vegane Kosmetiklinie - „Eva Wiesler vegane Kosmetik“ - mit zugehörigen Signature-Treatments an.

Wir sind seit 2006 EMAS zertifiziert und konnten 2015 den EMAS Award gewinnen – Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind uns eine Herzensangelegenheit.

In unserer Küche verwenden wir über 260 regionale Produkte und ca. 60 Bio Produkte.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

20052014DIE WIN-CHARTA

2. 20052014Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

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

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 20.05.2014

ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

| | SCHWER-PUNKTSETZUNG | QUALITATIVE DOKUMENTATION | QUANTITATIVE DOKUMENTATION |
|--------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Leitsatz 1 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 2 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 3 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 4 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 5 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 6 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 7 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Leitsatz 8 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 9 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 10 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 11 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Leitsatz 12 | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Wurzelgnome e.V.

Schwerpunktbereich:

| | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Energie und Klima | <input type="checkbox"/> Ressourcen | <input checked="" type="checkbox"/> Bildung für nachhaltige Entwicklung |
| <input type="checkbox"/> Mobilität | <input checked="" type="checkbox"/> Integration | |

Art der Förderung:

Finanziell Materiell Personell

Umfang der Förderung: ca. 500€ und 15 Arbeitsstunden

Projektpate: Klaus-Günther Wiesler

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

4. Unsere Schwerpunktthemen

ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Mitarbeiterwohlbefinden
- Leitsatz 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Das Seehotel Wiesler arbeitet schon seit vielen Jahren an der ökologischen Nachhaltigkeit des Hauses. Schon seit 2006 ist das Hotel EMAS- Zertifiziert und wurde für das zukunftweisende ökologische Konzept mit nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet. Ökologisch und ökonomisch sehen wir uns sehr gut entwickelt.

Mit den Leitsätzen 2 und 7 wollen wir uns mit Themen beschäftigen, die unserer Meinung nach für die Zukunft und die Entwicklung des Hotels großes Gewicht haben.

Leitsatz Nr. 2: Mitarbeiterwohlbefinden

ZIELSETZUNG

Unsere Mitarbeiter sind unser Kapital. Nur wenn die Mitarbeiter zufrieden sind, können sie unseren Gästen ein gutes Gefühl vermitteln. Da wir dies als sehr wichtig einschätzen, führen wir diesen Leitsatz als Schwerpunkt weiter.

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Kauf eines weiteren Personalhauses
- Renovierung aller Personalzimmer
- Installation von Gemeinschaftsküchen
- Gemeinsamer Feierabend an jedem 1. des Monats

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Durch den Zukauf und Umbau der Personalunterkünfte können mehr Mitarbeiter untergebracht werden.

In der neu gewonnenen Unterkunft können die Mitarbeiter gemeinsam kochen und Zeit miteinander verbringen.

Gerade für neue Mitarbeiter und Azubis ist das eine gute Möglichkeit sich leicht ins Team zu integrieren.

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

Auch die gemeinsamen Aktivitäten für Mitarbeiter wurden ausgebaut. An jedem 1. im Monat treffen wir uns mit dem Team zu einem Umtrunk.

INDIKATOREN

Teilnahme an gemeinsamen Aktivitäten erhöhen

Indikator 1: Anzahl der Teilnehmer an Firmenaktivitäten

- Beim gemeinsamen Feierabend nehmen im Schnitt 70% der an diesem Tag arbeitenden Mitarbeiter teil
- Ziel ist, dass 90-100% der Arbeitenden zum gemeinsamen Feierabend bleiben
- Durch die Regelmäßigkeit konnten wir die Teilnahme an dieser gemeinsamen Aktivität ausbauen

Indikator 2: Durchschnittliche Unternehmenszugehörigkeit

- Stand Januar 2020 3,1 Jahre
- Hier liegen wir knapp über dem Durchschnitt für unsere Branche

AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunkt festhalten, da Mitarbeiter und deren Wohlbefinden essentiell für unsere Branche sind. Gerade im Hinblick auf den Fachkräftemangel wird das Mitarbeiterwohlbefinden an Bedeutung gewinnen.

- Mitarbeiterschulungen systematisch für alle Mitarbeiter anbieten
- Unser Ziel: Möglichst viele Schulungen für Mitarbeiter anbieten – Min. 3 pro Mitarbeiter und Jahr

Leitsatz Nr. 7: Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

ZIELSETZUNG

Diesen Leitsatz behalten wir bei, da der stetige Wandel des Buchungsverhaltens großen Einfluss auf Erfolg und Arbeitsplätze hat

Ausbau der WBE und Strategien für die WBE ausarbeiten

Vereinfachung und bessere Visualisierung der Angebote per mail mit ReGuest

Unser/e Ziel/e: Buchungen durch neue Strategien weiter ausbauen und so die Auslastung steigern

ERGRIFFENE MASSNAHMEN

- Verkürzung der auf der Homepage buchbaren Aufenthaltsdauer auf 3 Nächte

UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

- Visualisierung in ReGuest verbessert und Individualisiert

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Durch die Verkürzung der Aufenthaltsdauer in der WBE konnten die Buchungen gesteigert werden. Da dies für unsere Rezeptionsmitarbeiter eine enorme zeitliche Entlastung ist, bleibt mehr Kapazität, sich um die Gäste im Haus und deren Zufriedenheit zu kümmern,

INDIKATOREN

Indikator 1: Direktbuchungen im Verlauf

- Direktbuchungen über die eigene Website um 40 % gestiegen
- weiterer Ausbau der Direktbuchungen durch neue Strategien
- Die Buchungsquote für Direktbuchungen konnte durch kürzere Aufenthaltsdauer enorm ausgebaut werden.
Diesen Wert wollen wir halten oder erweitern

Indikator 2: Durchschnittlicher Umsatz der WBE

- Durchschnittlicher Umsatz in 2019 um 26% gestiegen (WBE)
- Durch die mögliche kürzere Aufenthaltsdauer steigt der Umsatz weniger stark als die Buchungen
- Evtl. kann dieser Wert durch neue Strategien angeglichen werden

Indikator 3: Buchungsquote Re Guest

- Buchungsquote Februar 19 bis Februar 20: 56%
- Durch den veränderten Vergleichszeitraum ($\frac{1}{2}$ Jahr im Vgl. zu 1 Jahr) konnte die Quote nicht gehalten werden

AUSBLICK

Wir werden an diesem Schwerpunkt festhalten, da die Buchungssituation maßgeblich für den Erfolg des Hotels verantwortlich ist.

Durch Einführung von neuen digitalen Systemen machen wir den Arbeitsplatz an der Rezeption interessant und arbeiten zukunftsfähiger

- Buchungsquote in Re Guest ausbauen
- Unser Ziel: an die hohe Buchungsquote von 2018 anknüpfen

WEITERE AKTIVITÄTEN

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 01 – MENSCHEN- UND ARBEITNEHMERRECHTE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Ausländische Mitarbeiter gehen zu Sprachkursen und können sich so besser integrieren und haben weniger Schwierigkeiten im Job-/ Privatleben

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Steigerung der ausländischen Arbeitnehmer, die an einem Sprachkurs teilnehmen, um 30 %

Ausblick:

- Ausländische Arbeitnehmer, v.a. Flüchtlinge, in sozialversicherte Beschäftigung bringen und eine Berufsausbildung ermöglichen

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Im Angebot des Hotels befinden sich über 260 Produkte aus der Region und Bio-Produkte
- Öffnung des Spa Bereiches für Einheimische im Rahmen von Day Spa Angeboten

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Viele Gäste schätzen das Regionale und Biologische Angebot des Hotels
- Day-Spa wird gut angenommen und sorgt ausserdem für eine bessere Auslastung im Beauty-Spa

Ausblick:

- Weitere Regionale Produkte im Sortiment aufnehmen, um die regionale Wertschöpfung zu steigern

WEITERE AKTIVITÄTEN

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Das Seehotel hat einen eigenen Strand direkt am Titisee. Da hier das schützenswerte Brachsenkraut wächst, haben wir am Strand eine Tafel aufgestellt um die Gäste hierfür zu Sensibilisieren und die Aufmerksamkeit
- Auch ein eigener Wald und ein Moor gehören zum Hotel. Da in diesem Bereich viele Passanten unterwegs sind haben wir auch hier eine Tafel aufgestellt. um die Passanten zu informieren und aufmerksam zu machen wieviel CO2 hier gebunden werden kann.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Frühjahr 2020 wurden durch Stürme viele Bäume im zugehörigen Wald zerstört. Wir haben daher 100 Weißtannen gepflanzt, um den Wald wieder aufzuforsten und den Bestand zu sichern. 100 Weißtannen kompensieren 1 Tonne CO2

Ausblick:

- Gäste und Mitarbeiter für die knappen Ressourcen und die Wichtigkeit des Schutzes und bedachten Umgangs damit sensibilisieren

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Das Seehotel Wiesler spart durch den Einsatz erneuerbarer Energien große Mengen an CO2 ein. Der CO2 Fußabdruck hat die Kategorie A. Pro Übernachtung werden nur 0,3 kg CO2 freigesetzt. Unser Einkauf bevorzugt regionale Produkte, so dass die Transportbelastung minimiert wird. Die meisten Mitarbeiter wohnen in der näheren Umgebung, viele fahren mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Austausch von internationalen zu regionalen Produkten (z. B. Belsazar statt Martini)
- Viele Mitarbeiter wohnen in einem Personalzimmer und können zu Fuß kommen. Dieses Angebot wollen wir ausbauen

Ausblick:

- Ausbau der Mitarbeiterwohnungen um ein weiteres Personalhaus

WEITERE AKTIVITÄTEN

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir als Hotel verkaufen das Produkt „Urlaub“. Die Urlaubsqualität hängt immer auch von den Erwartungen der Gäste ab. Da diese sich in ständigem Wandel befinden holen wir uns ein Feedback der Gäste über IIQ, einem internen Online-Bewertungsprogramm. So können wir auf Veränderungen der Kundenwünsche schnell reagieren und die Qualität unseres Angebotes anpassen.
- Eigene Kosmetikserie im Beauty Spa: Eva Wiesler vegane Kosmetik

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Kommunikation mit den Gästen erfolgt über Bewertungen im digitalen Netz aber auch nach wie vor persönlich vor Ort

Ausblick:

- Vermeidung von Mikroplastik in den Produkten im Beauty-Spa

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir befinden uns in einem stetigen Prozess der Weiterentwicklung. Um unsere Dienstleistungen und Angebote zu verbessern setzen wir auf den Dialog mit unseren Gästen.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Vermehrter Gästewunsch nach einem Außen-Whirlpool
- Bei der Planung wird versucht Synergieeffekte zu erzielen

Ausblick:

- Planung eines neuen Whirlpools – zeitgleich werden wir voraussichtlich die Personalräume verlegen und die Waschküche vergrößern

WEITERE AKTIVITÄTEN

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Bei sämtlichen Investitionen werden ökologische und nachhaltige Aspekte mit einbezogen. Wir achten darauf dass alle Bereiche des Hotel in einem Top Zustand sind; im Gastbereich wie auch im Mitarbeiterbereich

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Jahr 2016 wurde das Haus um eine Etage erweitert- hier wurde ausschließlich mit Regionalen Handwerkern und Materialien gearbeitet
- Um in allen Gästezimmern einen modernen Standard zu halten, haben wir die ältesten Zimmer im Haus 2016 renoviert und technisch auf den neuesten Stand gebracht

Ausblick:

- Wir werden weiterhin sinnvoll in das Hotel investieren um einen Investitionsstau zu vermeiden und die Zukunft des Hauses zu sichern

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Den Tatbestand der Korruption finden wir aus unserer Sicht im Hotel nicht
- Trinkgeld wird im Nachhinein gegeben – Korrumpierbarkeit ist hier ausgeschlossen

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Im Hinblick auf Trinkgeld konnten wir keinen Hinweis auf Korruption im Hotel finden.

WEITERE AKTIVITÄTEN

Regionaler Mehrwert

LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Angebot von Praktikumsplätzen für Schüler im Rahmen des BORS -Praktikums
- Angebot von Praktika für Flüchtlinge

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die Bereitschaft Praktika für Einheimische zu machen, haben wir in den letzten Jahren gute Bewerbungen für unsere vakanten Ausbildungsstellen erhalten
- Durch das Angebot Flüchtlingen einen Einblick in die Hotllerie zu geben, konnten wir schon mehrfach Arbeitskräfte für die Region bereitstellen

Ausblick:

- Wir wollen uns weiterhin für Integration und Ausbildung stark machen.

LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Das Seehotel hat einen Umweltbeauftragten im Unternehmen. Es gibt verpflichtende jährliche Schulungen zum Thema Umweltmanagement für alle Mitarbeiter. Im ganzen Haus wird Nachhaltigkeit vorgelebt und täglich umgesetzt.

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Mitarbeiter können gute Ideen in den Betrieb mit einbringen
- Laut Gäste Feedback buchen viele gerade wegen unserer regionalen und nachhaltigen Ausrichtung

Ausblick:

- Wir werden an unserem nachhaltigen Konzept festhalten und dieses weiter ausbauen

UNSER WIN!-PROJEKT

6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Nachhaltigkeitsbeitrag für die Region.

DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Wurzelgnom e.V. ist ein Verein, der für Kinder im Grundschulalter mit und ohne Behinderung, vom 01.09.-06.09.2014, Natur Erlebnis Tage anbietet. Die Betreuung findet auf einen Bauernhof in Titisee statt. Die Kinder werden überwiegend im Freien betreut. Für schlechtes Wetter stehen Zelte zur Verfügung. Gekocht wird über offenem Feuer. Die Kinder werden während der Ferienzeit pädagogisch sinnvoll betreut und lernen spielerisch vieles über Natur, Umweltbewusstsein und Ökologie. Durch die Teilnahme von Kindern mit und ohne Behinderung wird außerdem Toleranz gefördert.

Homepage: www.wurzelgnom.org

Ökologie und Nachhaltigkeit:

Die Freizeit soll Kindern die Möglichkeit geben, die Natur zu erleben und ein Umweltbewusstsein zu entwickeln, ökologische und nachhaltige Ziele werden spielerisch vermittelt. Im Umgang mit der Natur, den verwendeten Materialien und Lebensmitteln wird besonderer Wert auf den Aspekt der Ökologie und Nachhaltigkeit gelegt. Soweit wie möglich sollen vorhandene Ressourcen genutzt werden.

Inklusion und Gemeinschaft:

Die Ferienbetreuung richtet sich an Kinder mit und ohne Behinderung. Die Wurzelgnome wollen mit den örtlichen Grundschulen, dem Förderzentrum Neustadt und der Lebenshilfe Südschwarzwald kooperieren. Durch einen niedrigen Teilnehmerbeitrag soll auch Kindern aus sozial schwächeren Familien die Teilnahme ermöglicht werden. Der inklusive Charakter der Freizeit fördert das Lernen voneinander und die Teilhabe aller Kinder am gesellschaftlichen Leben. In der Gemeinschaft der Gruppe soll sich jedes Kind angenommen fühlen und in seiner Entwicklung unterstützt werden.

Vielseitiges und differenziertes Angebot:

Durch das vielseitige und differenzierte Angebot kann sich jedes Kind mit seinen individuellen Fähigkeiten an den gemeinschaftlichen Aktionen beteiligen. Die Wurzelgnome möchten durch natur- und erlebnispädagogische Elemente dazu beitragen, dass die Kinder in der Entwicklung ihrer Persönlichkeit gefördert werden. Dazu gehören für uns kreatives und lustvolles Gestalten mit dem was da ist, kleine Abenteuer erleben und dabei Grenzen erfahren und überwinden, Selbstständigkeit und Teamgeist entwickeln, Begeisterungsfähigkeit und Faszination an der Natur wecken, unerwartete Entdeckungen machen und unvergessliche Erlebnisse mitnehmen.

UNSER WIN!-PROJEKT

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Wir werden Wurzelgnom e.V. unterstützen, indem wir die Haftpflichtversicherung für den Verein übernehmen sowie für das Ferienprojekt mit den betreuten Kindern. Außerdem werden wir den Betreuern beim Aufstellen des Speiseplans für die Woche behilflich sein. Weiter werden wir alle Lebensmittel, die in dieser Woche für die Teilnehmer benötigt werden, einkaufen und vorbereiten. Hier werden wir darauf achten, dass überwiegend regionale und biologische Produkte zum Einsatz kommen. Der Aufwand beträgt ca. 15 Arbeitsstunden sowie ca. € 500,-

ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Der Erfolg des Projekts der Wurzelgnome zeigt sich durch die stetig wachsende Teilnehmerzahl und das durchweg positive Feedback der Kinder und Eltern.

Durch die Unterstützung kann das Projekt auch in Zukunft bestehen bleiben.

AUSBLICK

Wir werden das Projekt Wurzelgnom e.V. auch im nächsten Jahr wieder unterstützen

KONTAKTINFORMATIONEN

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Klaus-Günther Wiesler, Tina Krüger

Impressum

Herausgegeben am 27.07.2020 von

Seehotel Wiesler
Strandbadstr. 5

79822 Titisee
Telefon: 07651/98090
Fax: 07651/980980
E-Mail: info@seehotel-wiesler.de
Internet: www.seehotel-wiesler.de

